



جنت یلن با تحسین همگان به وزارت خزانه‌داری می‌رود

یک کینزی در کاخ سرمایه‌داری

در چند ماه گذشته شاید اسم هیچ اقتصاددانی به اندازه جنت لوییسن یلن شنیده نشده باشد. این اقتصاددان آمریکایی در موسسه بروکینگز فعالیت می‌کند و جدای از آن استاد بازنشسته دانشگاه برکلی است و در این دانشگاه بیش از ۲۰ سال به تدریس اقتصاد مشغول بوده است. او از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ معاون رئیس فدرال رزرو بود و پس از آن به ریاست این نهاد اقتصادی برجسته درآمد و اولین زنی بود که به این مقام می‌رسید. پس از آنکه جو بایدن توانست دونالد ترامپ را در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ شکست دهد، اعلام کرد که گزینه‌اش برای وزارت خزانه‌داری آمریکا، جنت یلن است و همین مسئله باعث شد که او یکی از معدود افرادی باشد که توانسته به کرسی ریاست مهم‌ترین نهادهای مدیریت اقتصادی آمریکا تکیه بزند. عمده فعالان وال‌استریت، یلن را به عنوان یک «کیوت‌ر» در نظر می‌گیرند، یعنی کسی که بیشتر نگران بیکاری است تا تورم. همین مسئله باعث می‌شود که چنین فردی کمتر به دنبال افزایش نرخ بهره توسط فدرال رزرو باشد و یلن از این نقطه نظر مخالف فردی چون ویلیام پول است که به عنوان یک «باز» شناخته می‌شود. البته افراد زیادی بر این باورند که اگر شرایط اقتصادی اقتضا کنند، یلن هم می‌تواند بیشتر سوییهای «بازی» پیدا کند.

یلن اقتصاددانی کینزی است و مدافع استفاده از سیاست‌های پولی جهت ثبات‌بخشی به فعالیت اقتصادی طی چرخه کسب‌وکار است. یلن به نسخه مدرن منحنی فیلیپس که در اصل نمایشی از رابطه‌های معکوس بین بیکاری و تورم بود، باور خاصی دارد. زمانی که در سال ۲۰۱۰ قرار بود به عنوان نایب رئیس فدرال رزرو برگزیده شود، در سخنرانی خود گفت: «نسخه مدرن مدل منحنی فیلیپس، تغییرات تورم را به درجه بیکاری در اقتصاد ربط می‌دهد و این مسئله هم شواهد نظری و هم تجربی مناسبی دارد.»

البته باید یادآوری شود که یلن پیش از اینکه این حرف را بزند، به عنوان رئیس فدرال رزرو سان‌فرانسیسکو یک سخنرانی خاص داشت که در آن گفت: «من حامی تصمیم مربوط به نگه داشتن نرخ بهره در وضعیت کنونی بوده‌ام، گرچه تورم پیشتر از آن چیزی است که من دوست دارم باشد. باید واضح بگویم که من خواهان پایین آمدن تورم هستم، اما همان‌طور که با پیش‌بینی خود اعلام کردم، به نظر من وضعیت کنونی سیاست‌ها به شکلی است که می‌تواند دقیقاً چنین هدفی را ایجاد کند.»

در همین حال، پل کروگمن، اقتصاددان برجسته و برنده جایزه نوبل در نیویورک تایمز مطلبی در سناش یلن نوشت که البته بیشتر جنبه سیاسی داشت، اما توانایی‌های اجرایی او را به خوبی نشان می‌داد. او در بخشی از این یادداشت نوشت: «شکی نیست که چقدر اقتصاددان‌ها از انتخاب جنت یلن به عنوان وزیر خزانه‌داری به وجد آمده‌اند. این خوشحالی بیانگر ماهیت انقلابی این انتخاب است. او نه تنها اولین زنی خواهد بود که به این سمت می‌رسد، اولین فردی هم خواهد بود که تمام سه موقعیت اصلی سیاست‌گذاری اقتصادی در ایالات متحده را برعهده گرفته است، یعنی ریاست شورای مشاوران اقتصادی، ریاست فدرال رزرو و وزیر خزانه‌داری.»

البته خوبی این داستان چیزی فراتر از کارنامه خدمات عمومی شگفت‌انگیز یلن است. او پیش از اینکه به این سمت‌ها برسد، پژوهشگری جدی بود و به طور مشخص یکی از چهره‌های اصلی در جنبشی روشنفکری بود که باعث شد بتوانیم اقتصاد کلان را به عنوان رشته‌ای مفید حفظ کنیم، مخصوصاً در زمانی که «مفید بودن» هم از داخل و هم از بیرون مورد حمله قرار می‌گرفت. در آن زمان، اقتصاد آمریکا به کندی از رکود بزرگ خارج می‌شد، رونق به مشکل خورده بود و همان‌طور که می‌توان حدس زد، جمهوری‌خواهان حاضر در کنگره که در ظاهر برای بدهی عمومی اهمیت قائل بودند و هزینه‌ها را کاهش می‌دادند، رشد اقتصادی را شدیداً به مشکل رساندند، اما هزینه تنها مسئله مورد بحث نبود و مباحثات داغی هم درباره سیاست‌های پولی رایج بود.

به طور مشخص در سمت راست افراد زیادی بودند که تلاش‌های فدرال رزرو برای نجات دادن اقتصاد از بحران مالی ۲۰۰۸ محکوم می‌کردند. برای مثال، جودی شلتون دائماً هشدار می‌داد که اقدامات فدرال رزرو در سال ۲۰۰۹ منجر به تورمی ویرانگر می‌شود. البته هیچ‌یک از این مسائل به این معنا نیست که همه‌چیز خوب پیش می‌رود. همه مسائل با تمام زوایای خود نیازمند زمان برای حل شدن هستند. کابینه ترامپ یک نمایش دلفک‌مانانه بود، اما تا سال ۲۰۲۰ طول کشید که همه عواقب بی‌کفایتی آنها را دیدند، با این حال این مسئله دلگرم‌کننده است که سیاست‌های اقتصادی توسط کسی تدوین شوند که کارش را بلد است.»

جنت یلن در اوج تابستان ۱۹۴۶ در محله بروکلین نیویورک به دنیا آمد. خانواده‌اش از تبار یهودیان لهستان بود. مادرش معلم بود و پدرش پزشک خانواده که در طبقه پایین خانه مطب داشت. مادرش یلن از دانشگاه براون در رشته اقتصاد در سال ۱۹۶۷ فارغ‌التحصیل شد. در آن دانشگاه بود که رشته خود را از فلسفه به اقتصاد تغییر داد. در آن زمان تحت تاثیر اساتیدی چون جرج بوئرتز و هرشل گروسمن بود. یلن نهایتاً توانست در سال ۱۹۷۱ از دانشگاه ییل دکترای اقتصاد بگیرد. همسر او جرج آکرلوف معروف است که توانست در سال ۲۰۰۱ نوبل اقتصاد دریافت کند.

ازجمله آثار او، «دهه شگفت‌انگیز» است که البته عنوان فرعی این کتاب، «درس‌های اقتصاد کلان از دهه ۹۰ میلادی» نام دارد. عملکرد اقتصاد آمریکا در دهه ۹۰ بسیار بهتر از پیش‌بینی‌ها بود. رشد اقتصادی بسیار خوب بود، نرخ بیکاری به پایین‌ترین حد یک نسل رسید و تورم هم پایین ماند. حالا نوبت جنت یلن است که چرایی این مسائل را به عنوان درس‌ها و نکاتی استخراج کند و در این مسیر، اقتصاد کلانی را که دائماً مورد حمله جریان اصلی اقتصاد قرار گرفته بود، مجدداً احیا کند. مطالعه این کتاب قطعاً در نپذیرفتن بی‌چون و چرای باورهای عمومی تاثیر بسیار زیادی دارد.

فرصت امروز: امروزه توسعه اقتصادی چیزی بیشتر از اعداد و ارقامی است که مجموع رشد اقتصادی و تولید ناخالص داخلی را لحاظ می‌کنند و برای درک سطح توسعه‌یافتگی کشورها از شاخص‌های مختلفی همچون شاخص شکاف جنسیتی استفاده می‌شود، چنانچه گزارش انجمن جهانی اقتصاد پیرامون شکاف جنسیتی ۱۵۳ کشور جهان در سال ۲۰۲۰ نشان می‌دهد که ایران در رتبه ۱۴۸ دنیا قرار گرفته و زنان ایرانی همچون زنان سایر کشورهای خاورمیانه عمدتاً در بخش خدمات مشغول به کار هستند.

البته این گزارش پیش از شیوع کرونا منتشر شد و طبعاً می‌توان حدس زد که رکود اقتصادی ناشی از شیوع کرونا چقدر وضعیت شکاف جنسیتی را بدتر کرده است؛ کما اینکه در یک سال گذشته حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از بازار کار ایران خارج شده‌اند که بیش از یک میلیون و ۱۲ هزار نفر آنان را زنان و ۴۷۷ هزار نفر آنان را مردان تشکیل می‌دهند. این درحالی است که در اغلب کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، بنگاه‌های اقتصادی با دستیابی یکسان زنان و مردان به موقعیت‌های شغلی و مدیریتی، قضاوت می‌شوند. پافشاری سازمان‌های جهانی و نهادهای مدنی به سهم‌خواهی زنان در فضای کار عمدتاً به این دلیل است که نقش آفرینی این گروه بزرگ اجتماعی در اقتصاد ضامن توسعه پایدار کشورهاست.

زنان ایرانی عمدتاً در بخش خدمات کار می‌کنند

از سال ۲۰۰۶ بود که شاخص شکاف جنسیتی برای شناخت وضعیت زنان در جوامع مختلف معرفی شد و این شاخص شامل زیرشاخص‌های مشارکت و فرصت‌های اقتصادی، سوادآموزی، سلامت و بقا و توانمندسازی سیاسی است. هرچند طبق گزارشی که انجمن جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۰ از بررسی شکاف جنسیتی از ۱۵۳ کشور جهان منتشر کرد، شکاف جنسیتی در سطح جهان کمتر شده است، اما این بررسی تا پیش از بروز بحران کرونا بود و شیوع ویروس کووید-۱۹ باعث شد تا زنان بیشتری به نسبت مردان از بازار کار کنار بروند و در نتیجه شکاف جنسیتی عمق و دامنه بیشتری بیابد.

به گفته انجمن جهانی اقتصاد، میزان جهانی شکاف جنسیتی در این سال ۶۸.۶ درصد بوده که نسبت به سال‌های قبل کاهش یافته و فاصله باقیمانده ۳۱.۴ درصد است. ایران در این گزارش با نمره ۰.۵۸۴. از بین ۱۵۳ کشور رتبه ۱۴۸ را به دست آورده و در خاورمیانه نیز یازدهمین کشور است. رتبه اول جهان به ایسلند با نمره ۰.۸۷۷ اختصاص یافته و آخرین کشور هم یمن است که نمره شاخص شکاف جنسیتی آن ۰.۴۹۴ گزارش شده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که در ۱۳ کشور خاورمیانه، بخش خدمات بیشتر از بخش‌های صنعت و کشاورزی برای زنان فرصت شغلی ساخته است. برای مثال در ترکیه سهم بخش خدمات از اشتغال زنان در سال ۲۰۱۵ میلادی ۵۲.۸ درصد بوده و در ایران نیز ۵۳.۳ درصد از اشتغال زنان در بخش خدمات ثبت شده است.

مقایسه بخش کشاورزی و صنعت در اغلب کشورهای منطقه نشان می‌دهد که فعالیت زنان در بخش کشاورزی بیش از بخش صنعت بوده و البته در برخی کشورها نیز این میزان معکوس است، یعنی فعالیت زنان در بخش صنعت بیشتر از کشاورزی است. البته در ایران بررسی‌ها نشان می‌دهد که در ۱۳ کشور خاورمیانه، بخش خدمات بیشتر از بخش‌های صنعت و کشاورزی برای زنان فرصت شغلی ساخته است. برای مثال در ترکیه سهم بخش خدمات از اشتغال زنان در سال ۲۰۱۵ میلادی ۵۲.۸ درصد بوده و در ایران نیز ۵۳.۳ درصد از اشتغال زنان در بخش خدمات ثبت شده است. مقایسه بخش کشاورزی و صنعت در اغلب کشورهای منطقه نشان می‌دهد که فعالیت زنان در بخش کشاورزی بیش از بخش صنعت بوده و البته در برخی کشورها نیز این میزان معکوس است، یعنی فعالیت زنان در بخش صنعت بیشتر از کشاورزی است. البته در ایران بررسی‌ها نشان می‌دهد که در ۱۳ کشور خاورمیانه، بخش خدمات بیشتر از بخش‌های صنعت و کشاورزی برای زنان فرصت شغلی ساخته است. برای مثال در ترکیه سهم بخش خدمات از اشتغال زنان در سال ۲۰۱۵ میلادی ۵۲.۸ درصد بوده و در ایران نیز ۵۳.۳ درصد از اشتغال زنان در بخش خدمات ثبت شده است.

به راه حل‌های ناآوارانه: بحران‌های واقعی، دردها و نیازهای تازه را به ما نشان میدهد و مشکلات را دوچندان می‌کند. میلیون‌ها نفر با همه‌گیری کرونا خانه‌نشین شدند، در خانه‌ها کار یا تحصیل می‌کنند. خرواری از مشکلات با همه‌گیری کرونا پیش آمده که به راه حل نیاز

بیش از یک میلیون زن از بازار کار حذف شدند

چهره زنانه بیکاری در بحران کرونا



کرونا چطور ترکیب بازار کار را مرده‌اند کرد؟

طبق گزارش تازه مرکز آمار ایران، وضعیت نامطلوب بازار کار و تعطیلی برخی کسب و کارها به دلیل شیوع کرونا از ابتدای امسال، بیشترین تاثیر را در تحولات جمعیت فعال داشته و با بروز کساد در بخش‌های مختلف اقتصادی، تقاضا برای نیروی کار کاهش و به تبع آن، جمعیت فعال کاهش یافته است. گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد در فصل پاییز امسال ۲۵ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر از جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر از قابلیت مشارکت برخوردار بوده‌اند یعنی شاغل یا بیکار هستند. همچنین در پاییز امسال نسبت به پاییز پارسال حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از بازار کار خارج شده‌اند که بیش از یک میلیون و ۱۲ هزار نفر آنان را زنان و ۴۷۷ هزار نفر آنان را مردان تشکیل می‌دهند. این تغییرات جمعیتی به نوبه خود موجب کاهش نرخ مشارکت اقتصادی نسبت به سال گذشته شده است.

بررسی جمعیت شاغل برحسب گروه‌های عمده فعالیت اقتصادی گویای آن است که بخش خدمات با ۴۹ درصد بیشترین سهم اشتغال را به خود اختصاص داده و بخش‌های صنعت با ۳۴.۳ درصد و کشاورزی با ۱۶.۷ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. بررسی‌ها نشان می‌دهد در فصل پاییز امسال نسبت به پاییز پارسال جمعیت شاغل بخش کشاورزی بیش از ۲۸۵ هزار نفر کاهش یافته که معادل ۶.۸ درصد رشد منفی است. همچنین بررسی جمعیت بخش‌های صنعت و خدمات نشان می‌دهد جمعیت این بخش‌ها به ترتیب به میزان ۸ هزار نفر و ۷۴۱ هزار نفر کاهش یافته‌اند.

نگاهی به جمعیت شاغل نشان می‌دهد که از بین ۲۲ گروه عمده رشته فعالیت اقتصادی ۸ گروه عمده فعالیت شامل ساختمان؛ فعالیت‌های اداری و خدمات پشتیبانی؛ آبرسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و فعالیت‌های تصفیه؛ اطلاعات و ارتباطات؛ «فعالیت‌های تفکیک‌ناپذیر تولید کالاها و خدمات توسط خانوارهای معمولی برای خودمصرفی؛ فعالیت‌های خانوارها به‌عنوان کارفرما؛ مالی و بیمه؛ تأمین برق، گاز، بخار و تپهویه هوا و استخراج معدن؛ نسبت به سال قبل با افزایش جمعیت شاغل مواجه شده‌اند و سایر گروه‌های فعالیتی کاهش جمعیت شاغل را تجربه کرده‌اند، کما اینکه بیشترین کاهش مربوط به پنج گروه تولید صنعتی- ساخت، کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی؛ تعمیر وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت و فعالیت‌های خدماتی مربوط به تأمین جا و غذا و حمل‌ونقل و انبارداری است.

به عبارت دیگر، از جمعیت یک میلیون و ۳۰ هزار نفر شاغل از دست رفته حدود ۷۵ درصد مربوط به زنان است. همچنین نتایج این بررسی نشان می‌دهد که ۲۰۷ هزار نفر از مجموع ۷۷۷ هزار زنی که از بازار اشتغال خارج شده‌اند در بخش کشاورزی کار می‌کرده‌اند که ۲۲.۵ درصد از آنها از کارکنان فامیلی بدون مزد بوده‌اند. از سوی دیگر، ۴۶۳ هزار نفر خروجی بخش خدمات، مردانی هستند که در بخش مذکور مشغول به فعالیت بوده‌اند. درست است که به طور کلی، ۲۵۵ هزار نفر از مردان در این دوره از بازار اشتغال خارج شده‌اند، اما نکته قابل توجه مربوط به بخش صنعت است که نه تنها در دوره مورد بررسی خروجی نداشته، بلکه بیش از ۲۸۰ هزار نفر نیز به مردان شاغل در بخش صنعت افزوده شده است.

فعالیت زنان در بخش صنعت و کشاورزی به هم نزدیک است و تفاوت ناچیزی بین آنهاست. در واقع، در اقتصادی که بخش کشاورزی، صنعت و خدمات آن قابلیت رشد و توسعه داشته باشد، رشد تولید ناخالص داخلی هم رقم خورده و به دنبال خود شکاف جنسیتی شغلی در جهان را به تعادل می‌رساند. با این حال، از آنجایی شکاف جنسیتی در بعضی کشورها بالاست و زنان درصد ناچیزی از نیروی کار کشور را تشکیل می‌دهند، بهتر است راه حل‌های عملی برای کاهش این شکاف مورد توجه قرار گیرد.

وضعیت ایران در شاخص شکاف جنسیتی

از جمله پیامدهای افزایش سطح مشارکت اقتصادی زنان، بهبود سرمایه‌گذاری در منابع انسانی است. سرمایه‌گذاری در منابع انسانی، آموزش و تربیت نیروی انسانی برای کسب مهارت‌های مختلف و پیشبرد امر تولید است و می‌تواند به بهبود کیفیت تولید کمک کند. هرچند براساس یافته‌های پژوهشگران، افزایش سطح مشارکت اقتصادی زنان به توسعه پایدار و افزایش تولید ناخالص داخلی منجر می‌شود، اما پیامد قطعی رشد اقتصادی کشورها، کاهش شکاف جنسیتی نیست و نمی‌توان گفت فضای کاری در کشورهای توسعه‌یافته عاری از هر نوع شکاف جنسیتی و تبعیض به زیان زنان شاغل است بنابراین کاستن از شکاف جنسیتی و بهبود سطح مشارکت اقتصادی زنان نه صرفاً از مسیر مساعادت‌های بانکی به بخش‌های صنعت و کشاورزی بلکه با تحولاتی در سطح اجتماعی همراه است. در شاخص کاهش شکاف جنسیتی، سوادآموزی، مشارکت و فعالیت اقتصادی، سلامتی و بقا و توانمندسازی سیاسی هم مطرح شده که بهبود امتیاز کشورها در هر یک از این زیرشاخص‌ها به کاهش شکاف جنسیتی به نفع زنان در اقتصادها کمک می‌کند.

براساس گزارش انجمن جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۰ از شکاف جنسیتی، نمره ایران در این زیرشاخص ۰.۹۵۳ بوده که در سطح جهانی رتبه ۱۱۸ را در بین کشورهای جهان کسب کرده است. نمره ایران در زیرشاخص مشارکت و فرصت‌های اقتصادی ۰.۳۸۱ است که در سطح جهانی رتبه ۱۴۷ را دارد. ایران در زمینه نرخ مشارکت در نیروی کار رتبه ۱۴۸، برابری پاداش در کار مشابه رتبه ۹۹، بررسی شکاف درآمد کسب شده رتبه ۱۱۵ و در کارهای حرفه‌ای و تکنیکی رتبه ۱۲۰ را دارد. ایران در منطقه خاورمیانه نیز در زیرشاخص مشارکت و فرصت‌های اقتصادی دهمین کشور است. ایران همچنین در بعد سلامتی و بقا هم نمره ۰.۹۶۶ و رتبه جهانی ۱۳۰ را کسب کرده است. این زیرشاخص تفاوت زنان و مردان در عرصه سلامت را بررسی می‌کند و رتبه ایران در خاورمیانه در این زیرشاخص ۱۰ است.

زیرشاخص دیگر در شاخص شکاف جنسیتی، توانمندسازی سیاسی است که حضور زنان در سطوح بالای تصمیم‌گیری سیاسی را می‌سنجد. نمره ایران در این شاخص ۰.۲۷ است و رتبه ۱۴۵ را در سطح جهان دارد. رتبه جهانی ایران برای شکاف جنسیتی برای حضور در پارلمان ۱۴۵، حضور در سمت وزارت ۱۳۲ و نمره شکاف جنسیتی در حضور به عنوان نخست‌وزیر یا رئیس‌جمهور صفر بوده است. در بین ۱۵ کشور منطقه خاورمیانه نیز ایران رتبه ۱۱ را دارد.

چرا بحران و رکود بهترین زمان برای راه‌اندازی استارت‌آپ است؟

زمان سنجی استارت‌آپی

دارد. می‌ترسید از وسایل نقلیه عمومی استفاده کنید؟ نظر تان درباره استفاده از اسکوترهای برقی و دیگر وسایل حرکتی در شهر چیست؟ خرده‌فروشی‌ها و صنایع گردشگری و سفر از بحران همه‌گیری به شدت صدمه دیده‌اند. انتظار می‌رود که در این بخش‌های آسیب دیده از کرونا، تا سال آینده ایده‌های خلاقانه‌ای اجرا شود.

* هدیه تاب‌آوری: شرکتی که متولد دوره بحران است، تلاش می‌کند با کاهش هزینه‌ها، نقدینگی‌اش را حفظ کرده و بدهی بالا نیاورد. بنابراین تاب‌آوری در این شرکت از روز نخست فعالیت ایجاد شده است. چنین شرکتی بر پایه نوآوری، هزینه‌ها را به کمترین سطح می‌رساند، بر رشد سریع تمرکز می‌کند و با خود کارسازی فرآیند کار، هزینه‌های انسانی را به پایین‌ترین سطح می‌رساند. در فضای بحران، چنین شرکتی استقامت و تاب‌آوری‌اش را توسعه می‌دهد.

* دسترسی آسان به استعدادها: بیکاری از پیامدهای اصلی همه‌گیری کروناست. این یعنی فرصت خوبی برای استفاده از نیروهای بااستعداد برای استارت‌آپ‌های تازه‌کار ایجاد شده است. با تغییر فضای کار امکان استفاده از استعدادها فراهم شده است. بعضی هم می‌خواهند از این فرصت برای

راه‌اندازی استارت‌آپ خود استفاده کنند و صاحب کسب و کار شدن را در اکوسیستم استارت‌آپی به کار کردن در یک شرکت بزرگ ترجیح می‌دهند. * دسترسی به سرمایه: در دوره‌های بحران دسترسی به سرمایه محدود می‌شود، اما سرمایه گرفتن ناممکن نیست. بسیاری از سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در دوره رکود علاقه دارند، به ویژه راندهای نخست جذب سرمایه در استارت‌آپ‌ها که قرار نیست پول هنگفتی جذب کنند. محدودیت در سرمایه، نکته‌ای منفی نیست. این محدودیت باعث می‌شود استارت‌آپ‌ها مقرون به صرفه‌تر عمل کنند و به بدهی متکی نشوند. همچنین در دوره رکود، اگر استارت‌آپی بخواهد تسهیلات بگیرد و بدهکار شود، نرخ بهره کمتر است. * هزینه‌های کمتر: در دوره بحران یا رکود اقتصادی هزینه‌ها کاهش پیدا می‌کند. در شرایط نیاز به فضای کار حرفه‌ای، اجاره‌ها کمتر است، به ویژه که بسیاری از شرکت‌ها گزینه دور کاری را انتخاب کرده‌اند. تقاضای کمتر برای تبلیغات فیزیکی، هزینه‌های بازاریابی را هم کم می‌کند. این کاهش هزینه‌ها در مورد تجهیزات هم صادق دارد. کاهش تقاضا، کاهش هزینه‌ها را در پی دارد.

راه و مسکن

چند نفر در طرح مسکن ملی مشارکت کرده‌اند؟

ابهامات آماری مسکن ملی

آمارهای مختلف و بعضاً متناقضی درباره تعداد متقاضیان واجد شرایط، کسانی که واریز وجه داشته‌اند، وضعیت ثبت نامی‌ها، وضعیت طرح‌های مشارکتی و تامین زمین برای پروژه اقدام ملی ارائه می‌شود که این طرح را در هاله‌ای از ابهام قرار داده است.

به گزارش ایسنا، سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی ظاهراً تمایلی به در اختیار گذاشتن زمین‌های خود برای طرح اقدام ملی مسکن ندارند. با وجود آنکه ۴۰۰ هزار واحد برای این پروژه در نظر گرفته شده براساس اعلام مدیرعامل سازمان ملی زمین و مسکن تاکنون برای ۱۵۰ هزار واحد تامین زمین شده است. این در حالی است که روز افتتاح اولین واحدها در یکم آبان ماه عنوان شد ۴۰۰ هزار واحد طرح اقدام ملی تعیین تکلیف شده و به مرحله آغاز عملیات اجرایی رسیده است.

ممکن است در نتیجه تفاهم‌نامه‌هایی که به منظور تامین مسکن کارکنان بین وزارت راه و شهرسازی با دستگاه‌های دولتی به امضا رسیده ۴۰۰ هزار واحد تامین زمین شده باشد، اما قبلاً گفته می‌شد که تفاهم‌نامه‌ها اضافه بر ۴۰۰ هزار واحد است که مجموع واحدهای طرح اقدام ملی را به حدود یک میلیون واحد می‌رساند. بر این اساس می‌توان نتیجه‌گیری کرد که تامین زمین برای حدود ۲۵۰ هزار واحد در بخش ثبت نام با چالش مواجه شده است. حتی در شهرهای کوچک و زیر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت هم‌اکنون مشکل زمین وجود دارد.

البته در بخش ثبت نام آنطور که باید و شاید از طرح اقدام ملی مسکن اقبال نشده؛ به طوری که اخیراً مهرآبادی، مدیرعامل سازمان ملی و زمین مسکن گفته که «۲۶۰ هزار نفر حائز شرایط دریافت مسکن ملی هستند که ۱۰۴ هزار نفر واریز وجه داشته‌اند.» این آمار بدان معناست که حدود ۳۰۰ هزار نفر تعیین تکلیف نشده‌اند.

به نظر می‌رسد آمار دقیقی از وضعیت متقاضیان در بخش‌های ثبت نام و مشارکت پروژه اقدام ملی در دست نیست. چند روز قبل مسئولان، تعداد افرادی که تعیین تکلیف نشده‌اند را حدود ۷۲ هزار نفر اعلام کردند. در مراحل اول تا سوم ثبت نام از متقاضیان طرح اقدام ملی مسکن مجموعاً ۱۶ میلیون نفر نام‌نویسی کردند که ۴۶۰ هزار نفر واجد شرایط شناخته شدند. برای این تعداد ۳۰۰ هزار واحد در مناطقی غیر از بافت‌های فرسوده در نظر گرفته شد که بنا به گفته معاون وزیر راه و شهرسازی ۷۶ درصد تعیین تکلیف شده‌اند. بدان معنا که با واریز وجه داشته‌اند یا زمین در اختیارشان قرار گرفته است.

با توجه به این آمار حدود ۷۲ هزار نفر نسبت به واریز وجه اولیه به میزان ۴۰ میلیون تومان اقدام نکرده‌اند که محمود محمودزاده، معاون وزیر راه و شهرسازی گفته این موضوع نشان‌دهنده این مطلب است که باقی مانده جزو متقاضیان واقعی نیستند و بنابراین باید برای آنها جایگزین تعیین شود. با توجه به صحبت‌های محمودزاده ۱۷۰ هزار نفری که در لیست رزرو قرار دارند می‌توانند جایگزین حذفی‌ها شوند. از طرف دیگر برای مرحله چهارم ثبت نام که بین روزهای ۱۸ تا ۲۵ دی ماه انجام گرفت ۴۱ هزار و ۲۹۶ واحد در نظر گرفته شد که البته ۲۲۳ هزار نفر نام‌نویسی کردند. تنها در نصیرشهر واقع در استان تهران که در مرحله چهارم تامین زمین صورت گرفته بود ۸۰۰ واحد در نظر گرفته شد که ۵۶ هزار تهرانی برای آن تقاضا دادند! البته بخش عمده‌ای از متقاضیان واجد شرایط نخواهند بود که محمودزاده در این خصوص به ایسنا گفت که نتایج استعلامات تا پایان بهمن ماه اعلام می‌شود.

در مراحل اول تا سوم بعضی از متقاضیان، شهر موردنظر خود را اشتباه انتخاب کرده بودند که به زودی امکان اصلاح شهر برای این افراد فراهم می‌شود. همچنین آمار واریز وجه در بعضی شهرها بسیار کمتر از افراد واجد شرایط است.

به عنوان مثال از حدود ۲۸ هزار متقاضی مسکن ملی در شهر جدید هشتگرد حدود ۲۳ هزار نفر انصراف داده یا شروط پنجگانه را نداشته‌اند بنابراین این احتمال هست که نام‌نویسی مجدد در این شهر انجام شود. در شهر پرند نیز بعد از آنکه اعلام شد ساخت و ساز جدید در پردیس وجود ندارد، ظرفیت در شهر جدید پرند از ۲۱ هزار نفر به ۳۰ هزار نفر افزایش پیدا کرده و بنا به گفته محمودزاده، در صورتی که ظرفیت خالی چهارم ثبت نام مجدد در پرند انجام خواهد شد.

رئیس سازمان هواپیمایی کشوری پاسخ داد

چرا هواپیمای ترکیش ایر تغییر مسیر داد؟

بامداد شنبه در پی بروز شایعاتی مبنی بر احتمال سقوط هواپیمای ترکیش ایر در حوالی فرودگاه امام خمینی (ره) و تکذیب این خبر از سوی مسئولان این فرودگاه، شایعات دیگری در فضای مجازی قوت گرفت که یکی از آنها این بود که اگر دلیل فرود نیامدن هواپیمای ترکیه‌ای شرایط جوی نامساعد بود چرا خلبان این هواپیمای فرودگاه پاکو را به عنوان فرودگاه کمکی انتخاب کرده است و در یکی از فرودگاه‌های اطراف تهران فرود نیامده است؟

در پاسخ به این سوال، رئیس سازمان هواپیمایی کشوری گفت که خلبان هواپیمای ترکیش ایر براساس طرح پروازی خود و به صورت قانونی باکو را به عنوان فرودگاه کمکی انتخاب کرده است.

تورج دهقان زنگنه در گفت‌وگو با ایسنا، ادامه داد: در هر پرواز داخلی و خارجی خلبان می‌تواند دو فرودگاه را به عنوان فرودگاه‌های کمکی اعلام کند تا در صورت بروز شرایط جوی یا دیگر مسائل فنی بتواند در آن مقاصد نیز فرود بیاید. در پرواز استانبول – تهران نیز خلبان شرکت هواپیمایی ترکیش‌ایر پیش از آن در طرح پروازی خود اعلام کرده بود که فرودگاه اصفهان را به عنوان فرودگاه کمکی اول و فرودگاه پاکو را به عنوان فرودگاه کمکی دوم انتخاب می‌کند و پس از آنکه در تهران به دلیل بروز شرایط جوی نامناسب نتوانست فرود بیاید براساس اعلام صحت گرفته قبلی قرار بود به اصفهان برود که گویا پس از بررسی‌های صورت گرفته به نظر می‌رسد آنجا نیز همین شرایط را دارد و نهایتاً مسیر خود را به سمت باکو تغییر می‌دهد.

رئیس سازمان هواپیمایی کشوری در انتها گفت: شایعات منتشرشده در این زمینه تکذیب می‌شود و خلبان هواپیمای موردنظر کاملاً قانونی و براساس طرح پروازی خود اقدام به حرکت به سمت باکو کرده است. این خلبان هواپیمای خود را در فرودگاه پاکو نشانده و پس از دو ساعت انتظار به سمت فرودگاه امام خمینی (ره) بازگشته است.

کدام واکسن کرونا ایمن‌تر و دارای اثربخشی بهتری است؟

چالش‌های واکسن کرونا در ایران



جهت درمان تهوع صبحگاهی مادران باردار را گرفته بود و توسط پزشکان تجویز می‌شد، موجب تولد نوزادانی شد که دچار نقص در رشد دست و پا شده بودند. بنابراین با توجه به اینکه همه واکسن‌ها هنوز ایمنی خود را در جمعیت‌های گسترده و در بلندمدت اثبات نکرده‌اند، باید نسبت به استفاده عمومی از این واکسن‌ها با احتیاط کافی اقدام شود. واکسن‌های mRNA به دلیل اینکه اولین‌بار است که در انسان استفاده می‌شوند حساسیت‌های بیشتری را می‌طلبند. به گفته این نهاد پژوهشی، در بین واکسن‌های تولیدشده برای پیشگیری از کرونا، واکسن «فایزر» و «مدرنا» بر پایه الگوی mRNA ساخته شده‌اند و سابقه قبلی در استفاده انسانی نداشته و نگرانی‌هایی بابت عوارض بلندمدت آنها در بدن انسان مطرح است. به علاوه واکسن «فایزر» نیاز به نگهداری در دماهای منفی ۷۰ درجه دارد که همین موضوع موجب می‌شود تا استفاده و حمل‌ونقل آن توسط بسیاری از کشورها با محدودیت مواجه شود.

مرکز پژوهش‌ها ادامه داد: در نیمه اول سال ۲۰۲۱ همه شرکت‌های تولیدکننده واکسن کرونا با الگوهای مختلف، حدود ۱۹ میلیارد دوز واکسن کرونا در دنیا تولید خواهند کرد بنابراین تا چند ماه آینده واکسن‌های متنوعی در بازار به وفور یافت خواهد شد، اما مسئله این است که کدامیک از این واکسن‌ها ایمن‌تر و دارای اثربخشی بهتری است و تزریق گسترده آن ریسک کمتری خواهد داشت؟ پاسخ به این مسئله مستلزم گذر زمان و بررسی دقیق ابعاد علمی، سیاسی و تاریخی موضوع و همچنین سابقه کشور و شرکت سازنده در موقعیت‌های مشابه است.

این گزارش با بیان اینکه در مورد واکسن‌های ایرانی تاکنون دو واکسن به مرحله مطالعات انسانی رسیده‌اند، افزود: یکی واکسن شفافارمد تحت نظارت ستاد اجرایی فرمان امام (ره) و یکی واکسن انستیتو پاستور که با همکاری کشور کوبا در حال توسعه است. چنانچه در تولید این واکسن براساس مفاد قرارداد عمل شده و طرف ایرانی بتواند در تولید و توسعه آن نقش نظارتی داشته باشد و این نقش را به خوبی ایفا کند. با توجه به اینکه طرف ایرانی در توسعه و تولید آن نقش نظارتی دارد، می‌تواند واکسن قابل اعتمادی باشد. ایران و کوبا بیش از دو دهه است که سابقه همکاری در بیوتکنولوژی و پزشکی دارند. به‌عنوان مثال تولید واکسن هپاتیت بی در ایران محصول همین همکاری مشترک است.

براساس این گزارش، شرکت‌های داروسازی چندملیتی سوابق فراوانی در تخلفات دارویی دارند. طبق اطلاعات وب‌سایت رسمی وزارت دادگستری آمریکا، شرکت داروسازی «فایزر» در سابقه خود بیشترین جریمه به‌علت تخلفات دارویی را به نام خود ثبت کرده است. در سیستم قضایی آمریکا برای این شرکت تاکنون ۷۴ مورد محکومیت قطعی بابت «به خطر انداختن سلامت جامعه»، «پنهان‌کاری در اثربخشی محصولات» و

فرصت امروز: در حالی که واکسیناسیون کرونا در برخی از کشورها آغاز شده و مطالبه خرید مسکن در چند هفته گذشته در سطح جامعه و شبکه‌های اجتماعی به راه افتاده، اما به دلیل نااطمینانی و عوارض ناشی از تزریق واکسن کرونا هنوز تزریق عمومی هیچ نوع واکسنی در دستور کار قرار نگرفته است. در این بین، بازاری کارشناسی مجلس در جدیدترین گزارش خود به بررسی وضعیت تولید، خرید، دسترسی و چالش‌های واکسن کرونا در ایران پرداخت و نوشت: پس از شیوع ویروس کرونا در سال ۲۰۱۹ اقتصاد جهان وارد رکود شد. روابط اجتماعی و محیط‌های کسب‌وکار محدود و معیشت بسیاری از مردم جهان با مشکل مواجه شد. در این میان و با نبود دارویی مؤثر علیه این بیماری، تولید واکسن یکی از راه‌حل‌های مورد توجه دولت‌ها برای خروج از وضعیت بحرانی کنونی است، اما تولید واکسن هم توسط شرکت‌های بزرگ خارجی و هم شرکت‌های داخلی با چالش‌هایی همراه است که تزریق عمومی آن را در کوتاه‌مدت با ابهام مواجه می‌کند.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، برای ساخت یک واکسن، باید چهار مرحله طی شود تا مجوز مصرف عمومی برای آن صادر شود. هدف از این مراحل که بین یک الی چهار سال زمان می‌برد، اثبات «ایمنی»، «کارایی» و «اثربخشی» واکسن است. واکسن‌های موجود در بازار جهانی برای کرونا آزمون ایمنی و اثربخشی خود را صرفاً در جمعیت‌های محدود و کنترل شده و آن هم در کوتاه‌مدت اثبات کرده‌اند و تأییدیه‌هایی که برای آنها صادر شده به صورت اورژانسی بوده است.

براساس این گزارش، چهار الگوی اصلی در ساخت واکسن کرونا در دنیا شامل «بر پایه ویروس کامل»، «بر پایه پروتئین»، «بر پایه ناقل ویروسی» و «بر پایه اسید نوکلئوتیک» (DNA/RNA) وجود دارد. در مورد دو روش اول یعنی روش «بر پایه ویروس کامل» و روش «بر پایه پروتئین» نگرانی در مورد عوارض جانبی وجود ندارد زیرا این روش‌ها تجربه شده و رایج‌تر هستند. در مورد روش ناقل ویروسی نیز از نظر بروز عوارض جانبی نگرانی جدی‌ای وجود ندارد، اما هنوز در جمعیت گسترده مورد استفاده قرار نگرفته است، اما روش چهارم یعنی روش اسپیدنوکلئوتیک (DNA/RNA) به لحاظ فناوری جدیدتر از بقیه است و از این جهت ممکن است دارای عوارض ناشناخته باشد و به همین دلیل نگرانی‌هایی در مورد آن وجود دارد.

مرکز پژوهش‌ها در ادامه این گزارش با بیان اینکه در تاریخ معاصر موارد فراوانی از داروها و واکسن‌ها بوده که پس از ورود به بازار و استفاده در جمعیت گسترده، عوارض جبران‌ناپذیری را از خود نشان داده‌اند، ادامه داد: «تالیدوماید» یکی از تراژدی‌های غمبار بشر است که به دلیل سهل‌انگاری در مطالعات ایمنی دارو به وقوع پیوست. ایسن دارو که تأییدیه‌های لازم

روحانی به مردم هشدار داد

مراعات نکنید، وارد موج چهارم کرونا می‌شویم

تلاش کردند تشکر می‌کنم. رئیس‌جمهوری خاطرنشان کرد: اوایل سال ۹۳ مصوباتی در حوزه زیرساخت‌ها داشتیم و از آن زمان کار عظیمی آغاز شد و امروز می‌بینیم که بار عظیمی از خدمات اجتماعی و کسب و کار مردم بر دوش فضای مجازی است. گرچه امروز در حوزه تحقیقات گروه محدودیت‌هایی داریم و تحریم‌ها تأثیراتی داشته است اما ما در این زمینه گام‌هایی برداشتیم.

روحانی با اشاره به ورود کشور به حوزه ساخت واکسن کرونا گفت: امروز در زمینه تولید واکسن ورود کردیم و گام‌های اولیه را برداشتیم و مسئولان مربوطه معتمدن تا سال آینده به واکسن می‌رسیم. وی با تأکید بر اینکه در زمینه مقابله با کرونا ما با دنیا تفاوتی اساسی داریم، اظهار کرد: اگر آنها می‌گویند نتوانستند با کرونا مقابله کنند ما ادعای بیشتری داریم؛ ما در تحریم و فشار این کار را کردیم، چراکه ما برای مقابله با کرونا در خواست وام از بانک جهانی کردیم، اما آمریکا جلوی این کار را گرفت. اگر شرکت‌های دانش‌بنیان و توان داخلی نبود بدانید حتی دستکش و گان در اختیار ما قرار نمی‌گرفت.

رئیس جمهوری گفت: زیرساخت دیجیتال در برخی کشورهای پیشرفته کمک بسیاری کرد و ما هم در حد خودمان توانستیم در این زمینه دستاوردهایی داشته باشیم. در روزهای نخست دولت یازدهم ضریب نفوذ زیرساخت دیجیتال در کشور نصف برخی کشورهای منطقه و بیس و ۲۰ تا ۳۰ درصد بود، اما امروز تقریباً ۸۰ میلیون در کشور از فضای مجازی استفاده می‌کنند. در مجموع با کمک بخش‌های مختلف

رئیس جمهور با اشاره به کاهش رعایت پروتکل‌های بهداشتی توسط مردم، درباره آغاز موج چهارم کرونا در کشور هشدار داد و گفت خدای ناکرده اگر در بهمن و اسفند خوب مراعات نکنیم با محدودیت‌هایی مواجه خواهیم شد.

حسن روحانی صبح شنبه در جلسه ستاد ملی مقابله با کرونا با بیان اینکه امروز (شنبه) پنجاهوپنجمین جلسه ستاد ملی است»، افزود: در جریان شیوع ویروس کرونا در کشور در کنار ویروس، مسئله کسب و کار، زندگی مردم و آموزش فرزندان نیز تحت تأثیر قرار گرفت.

او با تأکید بر اینکه کرونا یک بیماری عادی نبود و در مسیر مقابله با کرونا ما تنها بودیم و کسی به ما کمکی نکرد، گفت: خسارات بزرگی به ما وارد شد، اما مردم تحمل کردند و ما هم آنها را یاری کردیم.

رئیس جمهوری با هشدار درباره احتمال شیوع موج چهارم کرونا در کشور خاطرنشان کرد: همه اصرار ما این است که در این دو ماه کاری کنیم که موج چهارم ایجاد نشود، چراکه اگر خدای ناکرده وارد موج چهارم شویم ناچاریم محدودیت‌ها را مجدداً اعمال کنیم.

روحانی با تقدیر از کادر درمان کشور اظهار کرد: کادر درمان از روز نخست در این مسیر بزرگ ایستادگی کرد و تقریباً ما همپای دنیا پیش آمده‌ایم که این به دلیل آن است که کادر درمان و همه بخش‌های مرتبط در صحنه حضور داشتند و این کار بزرگ صورت گرفت.

وی با بیان اینکه از طریق فضای مجازی نگذاشتم آموزش در حوزه آموزش، تعطیل شود، افزود: از همه آنهاپای که در زمینه فضای مجازی

بانک نامه

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

اعتبار ۵ هزار میلیارد تومانی برای خودروسازان

رئیس کل بانک مرکزی از اعتبار ۵ هزار میلیارد تومانی بانک‌ها برای دو شرکت خودروسازی خبر داد و گفت در کنار انتشار گواهی اوراق مولد (گام)، حدود ۵ هزار میلیارد تومان هم اعتبار بانک‌ها برای دو خودروسازی ایران خودرو و سایپا در نظر گرفته شده است.

عبدالناصر همتی روز شنبه در حاشیه بازدید از شرکت خودروسازی ایران خودرو ضمن تریک دهه فجر گفت: امروز فرصتی شد تا در ایام مبارک دهه فجر خدمت دوستان ایران خودرو باشیم و کارگران و مدیران زحمتکش این مجموعه بزرگ و عظیم را از نزدیک ببینیم. با توجه به دستور رهبر معظم انقلاب، ضرورت دارد تا برنامه‌ریزی‌هایی در زمینه رشد ۵۰درصدی تولید در خودروسازی و داخلی‌سازی بسیاری از قطعات خودروها صورت گیرد. امروز نکاتی را مشاهده کردیم و باعث افتخار و مباهات کشور است که دوستان ایران خودرو تلاش بسیار زیادی را در این زمینه‌ها شروع کرده‌اند.

به گفته همتی، منابع لازم از روش‌های غیرتورمی مانند انتشار گواهی اوراق مولد (گام) در حال تأمین است که می‌توان منابع لازم برای زنجیره تولید را از ابتدا که تأمین مواد اولیه است تا انتها که فروش خودرو است، از طریق اوراق گام به مبلغ ۱۰ هزار میلیارد تأمین کنیم. حدود ۵ هزار میلیارد تومان هم اعتبار بانک‌ها برای دو خودروسازی ایران خودرو و سایپا در نظر گرفته شده است. او با بیان اینکه تأمین مالی را می‌توان از طریق اوراق مرابحه و سایر روش‌ها تأمین کرد تا از نظر منابع مالی مشکلی وجود نداشته باشند، ادامه داد: اکنون موقعیت مناسبی حاکم است و خودروهایی در حال ورود به بازار هستند که ۹۲ درصد از آن ساخت داخلی است و وابستگی ارزی آنها به حداقل رسیده است. ما امیدوار هستیم تا نهضتی که از طریق حمایت رهبر معظم انقلاب، دولت و وزارت صنعت، معدن و تجارت شروع شده است در آینده‌ای نزدیک شاهد به بار نشستن تلاش شرکت‌های دانش‌بنیان و شرکت‌هایی باشیم که وابسته به صنایع دفاعی و همچنین قطعه‌سازانی که در حال تلاش برای داخلی کردن ساخت قطعات هستند خواهیم بود. رئیس کل بانک مرکزی همچنین از عدم واردات خودرو خبر داد و گفت: در حال حاضر کشور نیازهای ارزی مهمتری دارد بنابراین تخصیص ارز به واردات خودرو جزو اولویت اول ما قرار ندارد و بحث واردات اصلا مطرح نیست.

نوسان سکه در کانال ۱۰ میلیونی ادامه دارد

دلار در کانال ۲۳ هزار تومان

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در روز شنبه با افزایش ۳۱۰ هزار تومانی نسبت به پنجشنبه گذشته به قیمت ۱۰ میلیون و ۹۴۰ هزار تومان به فروش رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیمیسکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی هم ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان معامله شد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۸۹ هزار تومان و هر مثقال طلا به ۴ میلیون ۷۲۰ هزار تومان رسید. انس جهانی طلا نیز یک‌هزار و ۸۴۸ دلار و ۲۰ سنت فروخته شد. هر دلار نیز در صرافی‌های بانکی ۲۳ هزار و ۷۲۰ تومان معامله شد که قیمت آن نسبت به پنجشنبه گذشته ۵۱۰ تومان افزایش یافت. قیمت فروش یورو نیز با افزایش ۷۰۰ تومانی نسبت به پنجشنبه به ۲۸ هزار و ۸۰۰ تومان رسید. همچنین قیمت خرید هر دلار ۲۲ هزار و ۹۲۰ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۷ هزار و ۹۴۰ تومان اعلام شد.

یک اقتصاددان بررسی کرد

رابطه کاهش قیمت دلار و افزایش رفاه

به گفته یک اقتصاددان، تداوم کاهش قیمت دلار با توجه به سهم و نقشی که بر سایر متغیرها دارد، در افزایش رفاه جامعه تأثیر گذار است.

مرتضی افقه درباره دلیل متناسب نبودن قیمت کالاها با کاهش نرخ دلار به اپینا، گفت: بخشی از عدم کاهش کالاها پس از افت قیمت دلار به نبود اعتماد بین تولیدکننده یا مصرف‌کننده ارتباط پیدا می‌کند. علاوه بر مسئله فوq، بسیاری تأثیر روابط سیاسی با متغیر سیاسی را بر نرخ ارز متوجه شدند و تجربه تاریخی نشان داده که دلار پس از مدتی کاهش دوباره افزایش خواهد داشت. احتمالا این عدم کاهش که به اصطلاح اقتصادی به آن «جسبندگی قیمت» گفته می‌شود یک اقدام احتیاطی به حساب می‌آید بنابراین زمانی که بازار اطمینان حاصل کرد، کاهش ادامه‌دار است، نسبت به آن واکنش نشان می‌دهد. این اقتصاددان در تأثیر پایین آمدن قیمت دلار بر زندگی مردم گفت: تداوم کاهش قیمت دلار با توجه به سهم و نقشی که بر سایر متغیرها دارد، در افزایش رفاه تأثیر گذار است زیرا هم در تولید داخلی و هم کالاهای مصرفی با توجه به اینکه ۷۰ یا ۸۰ درصد واردات کشور کالاهای واسطه‌ای یا سرمایه‌ای موردنیاز صنایع هستند، موثر واقع می‌شود بنابراین کالای داخلی ارزان خواهد شد. افقه ادامه داد: علاوه بر کالای داخلی، کالای مصرفی و وارداتی هم با کاهش قیمت روبرو می‌شود، منتها مسئله فقط کاهش نیست، موضوع پراهمیت ثبات نرخ است که بی‌ثباتی آن سبب خواهد شد تولید با اشکال روبرو شود و مصرف‌کننده برای تهیه اقلام موردنیاز سردرگم شود و از سر ناچاری درباره تقاضاهای کاذب اقدام کند بنابراین بی‌ثباتی برای تولید بیشتر از افزایش قیمت دلار مشکل ایجاد خواهد کرد.

او توصیه خود جهت حفظ ثبات برای نرخ دلار را چنین بیان کرد: متأسفانه در شرایطی که متغیر سیاسی کشور نقش فعال دارد، بانک مرکزی به ناچار متغعل می‌شود و از سر اجبار باید در جهت مدیریت بحران به صورت انفعالی اقداماتی را در دست گیرد. تنها توصیه‌ای که در این زمینه با توجه به ساختار اقتصاد کشور یعنی وابستگی به فروش نفت و دریافت کالا دارد، می‌توان مطرح کرد، این است که در روابط سیاسی مرتبط با فروش و تجارت خارجی ثبات ایجاد شود زیرا در غیر این صورت متغیرهای اقتصادی به خصوص متغیر پولی زیاد تأثیر گذار نخواهد بود.

وی در این رابطه با کالاهایی که بیشتر تحت تأثیر کاهش نرخ دلار قرار می‌گیرند، گفت: اثر مستقیم و فوری دلار به کالاهای وارداتی است که مصرفی و واسطه‌ای می‌شود، اما از آنجا که این متغیر بسیار تأثیر گذار است، بر نرخ تورم هم موثر واقع می‌شود بنابراین در ابتدا به طور مستقیم بر کالاهایی که به نوعی با دلار ارتباط دارند و در وهله دوم از آنجا که تورم را افزایش می‌دهد، سایر کالاها را هم در صورت تداوم با تورم روبرو می‌کند.

فرصت امروز

www.forsatnet.ir

بانک‌های مرکزی جهان به سرمایه‌گذاران ارزهای دیجیتال هشدار دادند

بیم و امید بیت کوین



بین‌المللی نیز حتی پروژه‌های ارز مجازی نظیر لیبرا و دایم در فیس‌بوک را هم موثر ندانست و گفت: «دارایی مثل بیت‌کوین نمی‌تواند مبنای نظام پولی باشد و اگر قرار به صدور چنین ارزهایی است باید بانک‌های مرکزی آن را صادر کنند.»

دیدگاه ماخلوف و کارستین مشابه دیدگاه دیگر سران بانکی جهان است

و بیشتر روسای بانک‌های مرکزی، ارزهای مجازی را به چشم یک دارایی سوداگرانه نگاه می‌کنند.

یا ثروتمند می‌شوید یا پول‌تان را از دست می‌دهید

جدا از مدیران بانک‌های مرکزی، فعالان اقتصادی نیز چندان نگاه مطمئنی به ارزهای دیجیتالی ندارند، چنانکه ری دالیو، میلیاردر مشهور آمریکایی از احتمال ریزش ۸۰درصدی ارزش بازار ارزهای دیجیتالی خبر داد و گفت: «حفاظت از مشتریان در برابر ارزهای بی‌پشتوانه مسئله مهمی است. سرمایه‌گذاران در ارزهای دیجیتالی باید این را بدانند که با یک بازار بسیار پرریسک طرف هستند و از دست دادن همه یا بخش بزرگی از سرمایه‌شان در این بازارها با توجه به نوسانات زیاد چیز خیلی عجیبی نیست.»

او در یادداشتی که آن را در صفحه شخصی خود در وب‌سایت بریج واتر منتشر کرده، نوشت: «یک سیستم جدید برای نقل و انتقال پول بر بستر بلاک‌چین توسعه پیدا کرده که برای ۱۰ سال نیز فعال بوده و به محبوبیت بالایی رسیده است. در دنیای سرمایه‌گذاری چیزهای کمی به میزان اطمینان طلا وجود دارد و نیاز به یک جایگزین خیلی زیاد است با این حال، ارزهای دیجیتالی یک شمشیر دولبه هستند و شما با ورود به این بازار یا خیلی ثروتمند خواهید شد یا تقریبا همه پول‌تان را از دست خواهید داد. هیچ دارایی دیگری به میزان ارزهای دیجیتالی پرنوسان نیست.»

به نوشته دالیو، «فکر می‌کنم در آینده ارزهای دیجیتالی بهترین جایگزین ارزهای فعلی خواهد شد به ویژه اینکه تعداد بیت‌کوین‌هایی که می‌تواند استخراج شود هم محدود است. برآوردها نشان می‌دهد که امکان دارد ۸۰ درصد ارزش فعلی بازار ارزهای دیجیتالی از بین برود. این نکته را هم باید در نظر گرفت که برخی از طرفداران بیت‌کوین از آن برای اقدامات مجرمانه استفاده می‌کنند و طبیعی است هرچه نظارت و قید و بندهای آن افزایش یابد، تقاضا برای معامله با آن کمتر شود.»

او در انتهای یادداشتش خواهان ورود جدی‌تر دولت‌ها و نهادهای نظارتی به بازار ارزهای دیجیتالی شد تا علاوه بر کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، از ظرفیت ارزهای دیجیتالی در دنیای مالی، بهره بیشتری گرفته شود.

واقعا عجیب است. اینکه عملکرد بازار در کوتاه‌مدت تحت تأثیر یک توییت قرار گیرد چیز جالبی نیست و احتمالا باید هرچه زودتر فکری برای حل این مسئله کنیم. امروزه شاهدیم که اینفلونسرها به معنای واقعی کلمه به بازارها شوک‌های هیجانی می‌دهند و نوسانات قیمتی بسیار شدیدی را ایجاد می‌کنند، با این حال سرمایه‌گذاران باید توجه کنند که هنگام بروز رفتار هیجانی در بازار اگرچه فرصت خوبی برای نوسان‌گیری فراهم می‌شود، اما معمولا این نوسانات به سرعت هم فروکش می‌کند و افرادی که در قیمت‌های بالا سهام را خریدند زیان سنگینی می‌کنند.» همچنین ریچ پیث از دیگر کارشناسان بازار مالی گفت: «ایلان ماسک با یک توییت می‌تواند ده‌ها میلیارد دلار پول کسب کند. او یک مخترع و کارآفرین قابل تحسین است، اما هیچ‌کس بالاتر از قانون نیست.»

بانک‌های مرکزی: مراقب دارایی خود باشید

بیت‌کوین ۱۲ سال پیش توسط گروه گمنامی از معامله‌گران بر بستر بلاک چین ایجاد شد و از سال ۲۰۰۹ معاملات اولیه آن شکل گرفت. در حال حاضر ۶۹ درصد از بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین و ۱۳ درصد در اختیار اتریوم است. قیمت بیت‌کوین از نوامبر سال گذشته تاکنون بیش از دو برابر رشد کرد و در ماه ژانویه به مرز ۴۰ هزار دلار هم رسید. بیت‌کوین در ۱۰ روز گذشته نیز بیش از ۵ درصد نوسان را ثبت کرده و روز گذشته تحت تأثیر توییت ایلان ماسک به بیش از ۳۶ هزار دلار رسید. رشد خیره‌کننده ارزش ارزهای دیجیتالی و به ویژه بیت‌کوین در حالی سرمایه‌گذاران را به سمت رمزارزها کشانده است که بانک‌های مرکزی جهان به تازگی درباره از دست رفتن همه دارایی سرمایه‌گذاران بیت‌کوین هشدار داده‌اند. بررسی‌های صندوق بین‌المللی پول نیز نشان می‌دهد که ۸۰ درصد از بانک‌های مرکزی جهان در قوانین خود ارزهای رمزنگاری شده را به رسمیت نمی‌شناسند و هیچ چارچوب قانونی مشخصی برای آن ندارند.

گابریل ماخلوف، عضو شورای مدیریت بانک مرکزی اروپا درباره سرمایه‌گذاری در ارزهای مجازی به ویژه بیت‌کوین به سرمایه‌گذاران هشدار داد و گفت: «آنها باید خود را برای از دست رفتن همه دارایی‌شان آماده کنند. نمی‌دانم چرا مردم در چنین دارایی‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما آنها به این ارزها به چشم دارایی نگاه می‌کنند.» ماخلوف در گفت‌وگو با بلومبرگ ادامه داد: «هیچ ثبات مالی در بیت‌کوین وجود ندارد و نقش ما این است که نسبت به محافظت از مشتریان اطمینان خاطر پیدا کنیم.» همچنین استین کارستین، مدیر بانک تسویه حساب‌های

اطلاعات سالنامه آماری بیمه مرکزی نشان می‌دهد

تهران قطب بازار بیمه ایران

استان تهران نیز گویای آن است که شرکت بیمه ایران به عنوان تنها شرکت بیمه دولتی کشور با ۳۳ درصد یک سوم بازار استان تهران را نیز در اختیار دارد و شرکت‌های آسیا، البرز و دانا در رده‌های بعدی قرار دارند. یکی از نکاتی که سبب توسعه صنعت بیمه در استان تهران شده به طوری که ضریب نفوذ این صنعت را به دو برابر میانگین کشوری رسانده، پراکندگی شبکه فروش بیمه‌نامه در این استان است. طبق آمارها در استان تهران ۱۴ هزار و ۶۱۲ نمایندگی فعال شرکت بیمه وجود دارد، اما خراسان رضوی با فاصله بسیار زیاد و برخوردار بودن از ۶ هزار و ۳۴۴ نمایندگی در رتبه دوم قرار دارد. البته این نکته را هم باید گفت که به همان میزان که تولید حق بیمه در استان تهران با اختلاف فاحشی نسبت به سایر استان‌ها پیش‌تاز است، در پرداخت خسارت هم رتبه نخست را دارد؛ برای نمونه نسبت خسارت در رشته بیمه شخص ثالث که بیمه‌ای اجباری است، به ۱۰۸ درصد می‌رسد.

فرصت امروز

بانک‌های مرکزی جهان به سرمایه‌گذاران ارزهای دیجیتال هشدار دادند

بیم و امید بیت کوین



فرصت امروز: قیمت بیت‌کوین پس از آنکه ایلان ماسک به عنوان ثروتمندترین فرد جهان، کلمه بیت‌کوین را به صفحه معرفی توییتر خود افزود، با جهشی ۲۰ درصدی روبرو شد و به کانال ۲۸ هزار دلاری رسید. این درحالی است که بانک‌های مرکزی جهان نسبت به از دست رفتن دارایی سرمایه‌گذاران بیت‌کوین هشدار داده‌اند و آن را یک دارایی سوداگرانه برشمرده‌اند.

در هفته‌های گذشته توییت‌های ایلان ماسک باعث تغییرات قیمتی زیادی در بازارهای مالی شده است و پس از اینکه او در بيو (Bio) توییتری خود لغت بیت‌کوین را اضافه کرد، قیمت این رمزارز محبوب طرف تنها یک ساعت ۵ هزار دلار رشد کرد. این اتفاق به دنبال نوسانات شدید بازارهای مالی در هفته گذشته رقم خورد؛ هفته‌ای که در آن بازارهای سهام آمریکا به شدت سقوط کرد و سهام شرکت گیم‌استاپ با جهش ۴۰۰ درصدی روبرو شد. البته این اولین بار نیست که توییت‌های ماسک باعث زلزله در بازارهای مالی می‌شود. کمیسوین بورس و اوراق بهادار آمریکا هنوز حاضر به اظهارنظر درخصوص توانایی ایلان ماسک در اثرگذاری بر بازارهای مالی نشده است. ماسک در حال حاضر بیش از ۴۸ میلیارد دنبال‌کننده در توییت دارد و توصیه‌هایش اثرات زیادی روی عملکرد آنها دارد، ازجمله او دو هفته پیش از واتس‌اپ انتقاد کرد و سیگنال را پیشنهاد داد. پس از این توییت ماسک، سهام سیگنال ۱۱۰۰ درصد رشد کرد.

نگرانی بازارهای مالی از توییت‌های ایلان ماسک

مدت‌ها بود که گمانه‌زنی‌ها در مورد اینکه آیا ثروتمندترین مرد جهان بیت‌کوین خواهد خرید یا نه، به اوج خود رسیده بود و پس از آنکه ایلان ماسک، کلمه بیت‌کوین را به صفحه معرفی توییتر خود افزود، مایکل سیلور، رئیس شرکت نرم‌افزاری مایکرو استراژی خطاب به او توییت کرد: «اگر می‌خواهید به سهامداران تسلا یک لطف ۱۰۰ میلیارد دلاری بکنید، تازنامه شرکت تسلا را از دلار به بیت‌کوین تغییر دهید. سایر شرکت‌های اس اند پی ۵۰۰ هم از شما پیروی خواهند کرد و با گذشت زمان این ۱۰۰ میلیارد دلار به یک تریلیون دلار تبدیل خواهد شد.» ایلان ماسک نیز در پاسخ به این توییت نوشت: «آیا چنین تراکنش‌های بزرگی اصلا امکان‌پذیر هستند؟»

نهایتاً این توییتها از نظر تحلیلگران بازارهای مالی به منزله اشتیاق ایلان ماسک به خرید بیت‌کوین تعبیر شد و باعث رشد ارزش قیمت بیت‌کوین تهران و نیز رتبه نخست پلاک‌گذاری و تردد خودروها و وسایل نقلیه تهران در این باره گفت: «توانایی ایلان ماسک در به حرکت درآوردن بازارها

صنعت بیمه به عنوان یکی از بخش‌های حیاتی در اقتصاد کلان و بازارهای مالی، جایگاه خود را در استان تهران با تولید بیش از ۴۰ درصد از حق بیمه کل کشور تثبیت کرده است. یکی از آثار و دستاوردهای توسعه اقتصادی تهران و پایتختی آن در عرصه فعالیت‌های مالی و اقتصادی، رشد صنعت بیمه در این استان است؛ هرچند صدور بیمه‌نامه‌های کلان و با ابعاد ملی از سوی شرکت‌های بیمه در مرکز کشور را نمی‌توان بر این امر بی‌تأثیر دانست. از سوی دیگر، رتبه نخست جمعیت ساکن در استان تهران و نیز رتبه نخست پلاک‌گذاری و تردد خودروها و وسایل نقلیه در این استان سبب شده است تا بخش اعظمی از حق بیمه تولیدی از بیمه‌نامه‌های شخص ثالث و درمان در این استان متمرکز شود که خود به توسعه صنعت بیمه در این استان دامن زده است.

منظور از صنعت بیمه در این گزارش، بیمه‌نامه‌هایی است که شرکت‌های بیمه بازگاتی به صورت سالیانه صادر می‌کنند و بیمه‌های اجتماعی و پایه

سهامداران از رئیس جدید سازمان بورس چه انتظاری دارند؟

مصائب دخالت‌های دستوری



فرصت امروز: هفته گذشته معاون وزیر اقتصاد به عنوان رئیس جدید سازمان بورس معرفی شد و از آنجا که بورس تهران در چند هفته گذشته عمدتاً فرمزپوش بوده است، بالطبع انتظارات زیادی از محمدعلی دهقان دهنوی وجود دارد. او در حالی چهارشنبه گذشته رسماً جایگزین حسن قالیبافاصل در سازمان بورس شد که سابقه عضویت در هیأت‌مدیره بانک مسکن و معاونت وزارت اقتصاد را در کارنامه خود دارد و حالا قرار است به عنوان رئیس سازمان بورس فعالیت کند؛ نهادی که در تجمعات اعتراضی سهامداران زبان‌دیده در چند وقت گذشته در نوک پیکان انتقادات قرار داشت و سهامداران نسبت به دخالت‌های دستوری در بازار سهام معترض بودند؛ موضوعی که البته در سخنان روز چهارشنبه وزیر اقتصاد در جلسه تودیع و معارفه روسای سازمان بورس نیز اشاره شد. آنجا که فرهاد دژپسند گفت که «هرچند تضمین نمی‌دهد که مداخلات سیاسی باعث تخریب بازار سرمایه نشود، اما تلاش خود را برای جلوگیری از این اتفاق خواهد کرد».

در هر حال، مراسم معارفه رئیس جدید سازمان بورس در حالی چهارشنبه گذشته برگزار شد که در این روز بازار سرمایه فرمزپوش بود و بیش از هزار میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد، اما در اولین روز این هفته، ورق بورس برگشت و شاخص کل با رشدی ۳۹ هزار واحدی به میانه کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد رسید.

چند کد بورسی در سال ۹۹ صادر شد؟

از اواخر سال گذشته بود که رشد بی‌سابقه بازار سهام، توجه افکار عمومی را جلب کرد و بسیاری از سرمایه‌گذاران به امید دستیابی به سود سرشار روانه این بازار شدند، اما همزمان با آغاز اصلاح قیمت‌ها از میانه مردادماه امسال، ورود و خروج سهامداران به بورس نیز وارد فاز جدیدی شد. در واقع، بخشی از این اصلاح فرسایشی مربوط به حباب بزرگ شده سهام در ۵ ماهه نخست سال ۹۹ و بخشی از آن به دلیل چشم‌انداز کاهش نرخ دلار با کاهش ریسک‌های سیستماتیک بود که به دلیل وجود محدودیتی همچون دامنه نوسان به درازا کشید و این شرایط موج جدید خروج معامله‌گران از تالارهای شیشه‌ای را رقم زد، اما پس از اصلاح سه ماهه مجدداً از میانه آبان ماه و با روشن شدن نتایج انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، ورق بورس تهران برگشت و شاخص بورس رشد دوباره خود را بازیافت، اما مجدداً از ابتدای زمستان بار دیگر نوسان بورس آغاز شد و در آخرین گام روز گذشته (شنبه ۱۱ بهمن ماه) با رشد بیش از ۳۹ هزار واحدی به رقم یک میلیون و ۲۴۷ هزار واحد رسید.

در این میان، آمارها نشان می‌دهد که در ۱۰ ماهه سال ۹۹، بیش از ۲۰ میلیون نفر به جمعیت سهامداران کشور افزوده شده است. آمارهای شرکت سپرده‌گذاری مرکزی و تسویه وجوه نشان می‌دهد تنها در دی‌ماه امسال شاهد صدور ۷ میلیون و ۶۰۰ هزار کد بورسی جدید بوده‌ایم که گویای رشد ۳۱ درصدی نسبت به آخرین ماه پاییز بود. از این رو، مجموع کدهای معاملاتی به ۳۲ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر افزایش یافت و این رقم زمانی جالب می‌شود که بدانیم تعداد صدور کدهای جدید در مجموع سال گذشته تنها ۸۲۱ هزار فقره بوده است. هرچند اجبار سجامی شدن سهامداران عدالت را می‌توان مهمترین دلیل افزایش صدور کدهای بورسی در سال جاری قلمداد کرد، اما این موضوع به نوبه خود سطح انتظارات مردم از بازار سهام را افزایش می‌دهد و به عبارت دیگر، سهامداران بیشتری نسبت به سال‌های قبل، به بازخورد آثار و سیاست‌های دولت در این بازار می‌نشینند.

جزئیات صدور کدهای بورسی نشان می‌دهد در نیمه نخست امسال در مجموع حدود ۸ میلیون و ۸۴۰ هزار کد بورسی جدید صادر شد، یعنی ماهانه حدود ۱،۵ میلیون کد جدید بورسی صادر شد که عمدتاً با سودهای رویایی سهام در ماه‌های ابتدایی سال مرتبط بود. سپس با ورود به نیمه دوم سال ۹۹ از درخواست برای بورسی شدن کاسته شد و در مهرماه ۵۶۶ هزار کد جدید و در آبان ۲۱۷ کد معاملاتی از سوی سپرده‌گذاری مرکزی صادر شد. در آذرماه اما شاهد رشد دوباره صدور کدهای بورسی بودیم به طوری که ۳ میلیون و ۲۲۰ هزار کد جدید در نهمین ماه از سال صادر شد. این رقم در ماه گذشته یعنی دی ماه به ۷ میلیون و ۶۰۰ هزار کد رسید که ۷ میلیون آن مربوط به سهامداران عدالت بود. آمارها حاکی است که در حال حاضر در مجموع ۴۶ میلیون سهامدار عدالت وجود دارند که ۳۰ میلیون نفر از آنها روش غیرمستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کرده و ۱۶ میلیون نفر تصمیم گرفتند مدیریت برتقوی خود را مستقیماً انجام دهند.

بیم و امید بورس در سایه دخالت دستوری

در چند ماه گذشته دخالت‌های دستوری و خارج از بازار سرمایه بیشتر از متغیرهای بورسی در معاملات این بازار تأثیر گذاشت. ماجرا تا جایی پیش رفت که حسن قالیباف اصل به دلیل آنچه عدم فراهم شدن خریدار در سهام بنیادی و شاخص‌ساز به صورت قوی ظاهر شد که می‌توان این موضوع را ناشی از چند عامل دانست. در ابتدا قیمت سهام شرکت‌ها بعد از رسیدن به سطح جذاب قیمتی مورد توجه عده‌ای از سهامداران قرار گرفت، زیرا برخی معتقدند با توجه به اینکه این سهام نقش پررنگی در صندوق‌های دولتی دارند برای بازگشت دوباره اعتماد به بازار سهام و ورود نقدینگی به بورس قیمت صندوق‌ها افزایش پیدا می‌کند و بالطبع باید این سهام با رشد قیمتی مواجه شوند.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: سوگیری‌های تحلیلی در میان مدت و بلندمدت دوامی ندارند و بعد از رسیدن به مقاومت‌های قیمتی یا سرکوب مواجه می‌شوند بنابراین نمی‌توانند معیاری برای سرمایه‌گذاری میان‌مدت و بلندمدت در بازار باشند.

وی با بیان اینکه میزان تورم انتظاری و تورم زمینه‌ای در اقتصاد کشور روز به روز در حال کاهش است، افزود: براساس پیش‌بینی بسیاری از تحلیلگران، اقتصاد کشور در حال ورود به رکود بلندمدت است که همین امر باعث می‌شود تا حدودی چشم‌اندازها نسبت به این بازار با ضعف همراه شود و ممکن است شاهد افت قیمت در برخی از نمادهای بازار باشیم.

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

سمت و سوی معاملات بورس در هفته دوم بهمن‌ماه

تأثیر ریاست سازمان بر روندها و قیمت‌ها ناچیز است، فقط ممکن است معاملات بازار با دلایل روانی مواجه شود و نباید به هیچ عنوان این مسائل، مبنای تحلیل‌ها قرار بگیرد.

وی به روند معاملات بورس در بازار هفته گذشته تأکید کرد و گفت: بازار بورس در هفته‌ای که گذشت با ثبات نسبی مواجه شد و سمت خریدار در سهام بنیادی و شاخص‌ساز به صورت قوی ظاهر شد که می‌توان این موضوع را ناشی از چند عامل دانست. در ابتدا قیمت سهام شرکت‌ها بعد از رسیدن به سطح جذاب قیمتی مورد توجه عده‌ای از سهامداران قرار گرفت، زیرا برخی معتقدند با توجه به اینکه این سهام نقش پررنگی در صندوق‌های دولتی دارند برای بازگشت دوباره اعتماد به بازار سهام و ورود نقدینگی به بورس قیمت صندوق‌ها افزایش پیدا می‌کند و بالطبع باید این سهام با رشد قیمتی مواجه شوند.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: سوگیری‌های تحلیلی در میان مدت و بلندمدت دوامی ندارند و بعد از رسیدن به مقاومت‌های قیمتی یا سرکوب مواجه می‌شوند بنابراین نمی‌توانند معیاری برای سرمایه‌گذاری میان‌مدت و بلندمدت در بازار باشند.

وی با بیان اینکه میزان تورم انتظاری و تورم زمینه‌ای در اقتصاد کشور روز به روز در حال کاهش است، افزود: براساس پیش‌بینی بسیاری از تحلیلگران، اقتصاد کشور در حال ورود به رکود بلندمدت است که همین امر باعث می‌شود تا حدودی چشم‌اندازها نسبت به این بازار با ضعف همراه شود و ممکن است شاهد افت قیمت در برخی از نمادهای بازار باشیم.

نماگر بازار سهام



در سال ۱۴۰۰

نرخ مالیات بر نقل و انتقال سهام تغییر نمی‌کند

مالیات بر نقل‌وانتقال سهام به سهام‌های قابل واگذاری در بورس مربوط می‌شود و واگذارکننده آن سهام به این دلیل که از این واگذاری درآمد کسب می‌کند، باید این نوع مالیات را پرداخت کند. همچنین لازم به ذکر است که از هر مبادله سهام و سهم‌الشرکه مالیات مقطعی به میزان ۴ درصد ارزش اسمی آنها وصول می‌شود و وجه دیگری به عنوان مالیات فوق، مطالبه نخواهد شد. در این زمینه، ادارات ثبت یا دفاتر اسناد رسمی نیز باید در موقع ثبت تغییرات یا تنظیم سند انتقال، گواهی پرداخت مالیات متعلقه را اخذ و ضمیمه پرونده مربوط به ثبت یا انتقال کنند.

در این راستا، امیدعلی پارسا رئیس سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه دولت تاکنون ۱۳ هزار میلیارد تومان از مالیات بر نقل‌وانتقال سهام درآمد کسب کرده است، گفت: نرخ این نوع مالیات در سال آینده تغییر نخواهد کرد.

به گفته وی، نرخ مالیات بر نقل و انتقال سهام در سال آینده نیز مانند امسال خواهد بود و تغییر چندانی نخواهد کرد، زیرا تاکنون یعنی در این خصوص مطرح نشده است و اگر اقدامی هم صورت بگیرد به منظور تقویت بورس خواهد بود. دولت تا به امروز توانسته مبلغی بالغ بر ۱۳ هزار میلیارد تومان از طریق مالیات‌های کسب شده از بازار سرمایه درآمد به دست آورد.

رشد ۳۹ هزار واحدی شاخص کل در روز شنبه

بورس سبز پوش شد

بازار سرمایه هفته خود را با چراغ سبز آغاز کرد و شاخص کل این بازار بیش از ۳۹ هزار واحد افزایش یافت. شاخص کل با این رشد ۳۹ هزار و ۴۷۸ واحدی به رقم یک میلیون و ۲۴۷ هزار واحد رسید. همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۷ هزار و ۳۳۸ واحد افزایش به ۴۳۱ هزار و ۹۶۲ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۴ هزار و ۷۹۹ واحد رشد به ۲۸۲ هزار و ۵۱۴ واحد رسید. شاخص بازار اول ۳۳ هزار و ۲۹۵ واحد و شاخص بازار دوم ۶۴ هزار و ۴۵۶ واحد افزایش داشتند. در معاملات این روز بیش از ۶ میلیارد و ۶۱۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۹۵ هزار و ۱۲۱ میلیارد ریال داد و ستد شد.

نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۳ هزار و ۱۷۵ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲ هزار و ۸۹۰ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۲ هزار و ۵۶۴ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستسا) با ۲ هزار و ۱۷۲ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با یک هزار و ۲۵۳ واحد، نفت و گاز پتروشیمی (تاپیکو) با یک هزار و ۱۰۶ واحد و پالایش نفت اصفهان (شپنا) با یک هزار و ۷۰ بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، نمادهای تولیدی فولاد سپید فراب کویر (کویر) با ۲۱۹ واحد، فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش (افق) با ۱۶۰ واحد، پرداخت الکترونیک سامان کیش (سپ) با ۱۰۰ واحد، کارت اعتباری کیش (کیش) با ۷۲ واحد، گروه سرمایه‌گذاری توسعه صنعتی ایران (فوتوسا) با ۴۸ واحد، موتورسازان تراکتورساز ایران (خمتور) با ۴۷ واحد و فرآورده‌های نسوز ایران (کفرا) با ۴۳ واحد هم تأثیر منفی بر شاخص گذاشتند.

همچنین نماد بهساز کاشانه تهران (تبهساز)، لیزینگ پارسیان (ولپارس)، صنعتی زرمکارلون (غزر)، توسعه و عمران امید (تامید)، پارس سرام (کسرام)، سرمایه‌گذاری سیمان تامین (سیتا) و ملی صنایع مس ایران (فملی) در گروه نمادهای پرریننده قرار داشتند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات شنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳۹۴ میلیون و ۱۹۲ هزار برگه سهم به ارزش ۷ هزار و ۵۲۰ میلیارد ریال داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز بیش از ۳۶۲ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۱۸ هزار و ۱۸۳ واحد ثابت ماند، در این بازار ۲ میلیارد و ۵۰۴ هزار برگه سهم به ارزش ۳۹ هزار و ۱۲۷ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای پلیمر آریا ساسول (آریا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، نمادهای سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، صنعتی مینو (غصینو)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو) و پتروشیمی تندگوبان (شگوبا) با تأثیر مثبت بر شاخص این بازار همراه بودند. همچنین توزیع داروپخش (تدويع)، قاسم ایران (قاسم)، افرانت (افرا)، تجارت الکترونیک پارسیان کیش (تاپکیش)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا) و ریل‌پرداز سیر (حریل) هم تأثیر منفی بر شاخص بورس برجای گذاشتند.

گفتنی است بورس تهران در هفته‌ای که گذشت، با رشد ۲ درصدی شاخص کل همراه شد تا بعد از ۴ هفته نزول متوالی، شاهد افزایش ارتفاع نماگر اصلی بازار سهام باشیم. این روند صعودی اما همه نمادها را دربر نگرفت و عمدتاً شرکت‌های شاخص‌ساز و با ارزش بالا بودند که با رشد قیمت همراه شدند و در مقابل کوچک‌ترها از روند صعودی جا ماندند. شاهد این مدعا افت ۲ درصدی شاخص کل هم‌وزن که نشان از اثرگذاری یکسان نمادها دارند، در هفته منتهی به ۸ بهمن‌ماه بود. در این میان نگاهی به وضعیت صنایع سی‌وهشت‌گانه بورسی حکایت از رشد میانگین قیمت سهام در ۱۲ گروه در مقابل کاهش شاخص ۲۶ صنعت بورسی دارد.

در هفته گذشته این عمدتاً گروه‌های بزرگ بودند که در مسیر صعود قیمتی قرار گرفتند. از این رو بیشترین رشد فزنی بورس تهران با افزایش ۱۴.۳ درصدی از آن گروه فرآورده‌های نفتی شد. این گروه که ۴ زیرمجموعه آن در پرتفوی صندوق پالایشی یکم قرار دارد، هفته‌ای صعودی را تجربه کرد و ارزش هر واحد سرمایه‌گذاری «پالایش» نیز در این هفته با رشد بیش از ۴۰ درصدی به ۹ هزار تومان رسید که با توجه به NAV هفته هزار تومان این صندوق گویای حباب بیش از ۲۸ درصدی است. گروه استخراج نفت و گاز با تک نماد «حفاری» دیگر گروهی بود که در صدر پربازده‌ترین صنایع هفته گذشته قرار گرفت. این گروه در هفته منتهی به ۸ بهمن‌ماه با صعود ۱۰.۳ درصدی همراه شد. خرده‌فروشی نیز شاهد رشد ۱۰.۱ درصد تک سهم خود یعنی «لق» بود.

تاثیر جمع‌آوری و اسقاط خودروهای قدیمی بر صنف لوازم یدکی

سخت‌نگوی اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران ضمن تاکید بر مدیریت جمع‌آوری و اسقاط خودروهای که از مدار تولید خارج شده و در سن فرسودگی هستند و تاثیر آن بر صنف لوازم یدکی توضیحاتی را مطرح کرد. سیدمهدی کاظمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: یکی از مشکلاتی که صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو در سال ۸۲ با آن مواجه شد، خروج برخی از خودروهای قدیمی با سال تولید ۵۷ و ۵۸ از جمله جیب، شورولت، لندروور، آریا، زیان و کادیلک از خطوط تولید و اسقاط آنها بود که می‌توان گفت، حدود ۱۳۰ واحد صنفی اتحادیه در تهران و هزار فروشگاه لوازم یدکی در سراسر کشور را متحمل خسارات هنگفتی نمود و هنوز انباشتی از قطعات این خودروها در انبارهای فروشندگان به چشم می‌خورد.

وی ضمن اشاره به لزوم اسقاط خودروهای فرسوده به عنوان عامل آلودگی هوا افزود: خروج خودرویی مانند پراید از خطوط تولید خودروسازان با توجه به اینکه جمع کنیری از خودروهای در حال تردد را شامل می‌شود، فروشندگان قطعات این خودرو مدت ۵ تا شش سال، فرصت فروش لوازم یدکی این خودرو را در اختیار دارند تا به تدریج در جهت جایگزینی این قطعات با قطعات خودروهای جدید اقدام کنند. سخت‌نگوی اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران ضمن ارائه یک راهکار گفت: تقاضای اتحادیه از تصمیم‌گیران این است که به موازات برنامه‌ریزی و اعلام اسقاط و خروج برخی از خودروهایی که از سن فرسودگی عبور کرده‌اند، زمانی برای آن تعیین کنند و نسبت به ارسال اطلاعیه و هشدار به اتحادیه و واحدهای صنفی فروش قطعات یدکی اقدام نمایند.

کاظمی ادامه داد: در صورت اطلاع‌رسانی قبل از موعد، فروشندگان، لوازم یدکی این خودروها را به فروش رسانده و مجدداً جایگزین نمی‌کنند. وی تصریح کرد: جمع‌آوری و اسقاط برخی از خودروهای قدیمی می‌بایست از خودروهایی که به عنوان مثال در سال ۸۲ از خطوط تولید یا واردات خارج شده‌اند و اکنون نیز در حال تردد هستند، آغاز شود نه خودرویی نظیر پراید که موجب بر باد رفتن سرمایه عظیم فروشندگان قطعات این خودروها می‌شود. سخت‌نگوی اتحادیه صنف فروشندگان لوازم یدکی خودرو و ماشین‌آلات تهران در پایان خاطرنشان کرد: از آنجایی که مالکان خودروهای قدیمی چندان رضایتی نسبت به اسقاط خودروهای قدیمی خود ندارند که در برخی موارد حتی کیفیتی بالاتر از خودروهای جدید نیز دارند بنابراین برای جمع‌آوری این خودروها که مستلزم خرید آن از مالکان است، می‌بایست علاوه بر کسب رضایت مصرف‌کنندگان، رضایت فروشندگان لوازم یدکی این خودروها نیز با هدف جلوگیری از ورود زیان به آنها تحصیل شود به طوری که قطعات این خودروها نیز خریداری شود که نیازمند مدیریت است و برگرفته از تجربیات بنده و همکاران در سال ۸۲ است.

امسال اتفاق می‌افتد:

کاهش ۶۱ میلیارد دلاری درآمد خودروسازان بابت کمبود جهانی تراشه

گزارش بلومبرگ به نقل از یک شرکت مشاوره‌ای حاکی است کمبود جهانی تراشه‌های نیمه هادی خودرو بر اثر اختلالات در زنجیره عرضه ناشی از شیوع کرونا ممکن است باعث کاهش ۶۱ میلیارد دلاری درآمد خودروسازان در سال جاری شود. به گزارش خودروپرس، آمارهای یک شرکت مشاوره‌ای از کاهش شدید درآمد خودروسازان در سال ۲۰۲۱ به دلیل اختلالات جهانی در زنجیره عرضه تراشه و قطعات نیمه هادی خودرو حکایت دارد. بلومبرگ به نقل از برآوردهای شرکت مشاوره «Alix Partners» گزارش داد که کمبود جهانی تراشه‌های نیمه‌هادی ناشی از اختلال در زنجیره عرضه به دلیل شیوع کرونا ممکن است باعث از دست رفتن ۶۱ میلیارد دلار درآمد شرکت خودروسازی در سال جاری شود. روتترز پیش از این گزارش داد که چند شرکت خودروسازی تأثیرات کمبود تراشه را احساس کرده‌اند تا جایی که تولید چند مدل خودرو در تعدادی از کارخانه‌های تویوتا، نیسان، فولکس واگن، فورد و فیات-کرایسلر به تعویق افتاده است. در عین حال کمبود تراشه‌های الکترونیکی، خودروسازان را مجبور کرده تا اولویت را بر تولید مدل‌های با قیمت بالاتر و اغلب با سودآوری بیشتر قرار دهند.

در تگزاس، تویوتا تولید «توندرا» فول سایز را محدود کرده است. در ژاپن نیسان مجبور شده تا تولید خود را کاهش دهد در حالی که فولکس واگن نیز قبلاً در ماه دسامبر نرخ تولید را کاهش داد.

فورد نیز در حال کاهش تولید اسکیکپ و لینکولن کورسیور در شهر «لوئیویل» است و کرایسلر پیشتر تولید کارخانه‌های خود در اونتاریو و مکزیکو را معلق کرد.

بنابراین شرکت خودروسازان میلیاردها دلار درآمد را به دلیل اختلال در زنجیره عرضه قطعات نیمه هادی از دست خواهند داد. مؤسسه «Alix Partners» به بلومبرگ اطلاع داد که درآمد از دست رفته شرکت‌ها در فصل نخست سال جاری بیش از ۱۴ میلیارد دلار و در کل سال ۲۰۲۱ بالغ بر حدود ۶۱ میلیارد دلار خواهد بود.

تراشه‌های نیمه هادی به یکی از اجزای اصلی و ضروری فرآیند تولید خودرو تبدیل شده‌اند به ویژه در برهه‌ای که تولید خودرو بیش از پیش به سمت پیچیدگی، اتوماسیون و برقی شدن می‌رود. این تراشه‌ها در سیستم‌های مسیریابی، بلوتوث و تشخیص تصادف به کار می‌روند و طبق گزارشی از مؤسسه «Deloitte» حدود ۴۰ درصد هزینه یک خودرو جدید را شامل می‌شوند.

یک سخت‌نگوی تویوتا اعلام کرد که این شرکت در تلاش است تا معضل تأثیرات منفی این قطعات را برطرف و به حداقل برساند. نیسان نیز اعلام کرد که با همکاری نزدیک با تأمین‌کنندگان اوضاع را زیر نظر گرفته و تأثیرات بلندمدت این قضیه بر عملیات خود را ارزیابی خواهد کرد.

گردونه قرعه‌کشی خودروسازان چه زمانی از حرکت باز خواهد ایستاد؟



با یکی از خبرگزاری‌های رسمی کشور عنوان کرده بود که اگر قیمت خودرویی با قیمت حاشیه بازار یکسان شد و تقاضا و تولید با هم برابر بودند قرعه‌کشی دیگر معنا ندارد بنابراین با تداوم روند نزولی قیمت‌ها در بازار و از سوی دیگر تحقق جهش تولیدی که وزیر صمت وعده آن را داده بود، به‌طور حتم از تقاضای کاذب بازار کاسته خواهد شد که همین امر به تعادل‌سازی عرضه و تقاضا منجر می‌شود با این شرایط قرعه‌کشی خودرو دیگر توجیه نخواهد داشت و خودروسازان قادر خواهند بود محصولات خود را همچون گذشته از طریق سایت‌های فروش عرضه کنند.

از اردیبهشت سال جاری وزارت صمت و شورای رقابت برای مدیریت بازار خودرو و رساندن تعداد محدودی خودرو به متقاضیان بر تعداد، روش قرعه‌کشی را در دستور کار قرار دادند تا به این روش مشکل عدم تناسب بین عرضه و تقاضا بازار خودرو را حل کنند. بر این اساس دو خودروساز بزرگ کشور شروع به ثبت نام جداگانه قرعه‌کشی خودرو در بازه‌های زمانی مختلف کردند و محدودیت‌هایی هم برای ثبت‌نام‌کنندگان قرار دادند، اما در عمل نتوانستند تقاضای سرمایه‌ی بازار را مدیریت کنند.

کمک خواهد کرد و همین امر قرعه‌کشی خودروسازان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در این زمینه جندی پیش نیز یکی از مسئولان شرکت سایپا عنوان کرده بود که به مرور زمان قرعه‌کشی از برنامه خودروسازان حذف می‌شود و مردم بدون انجام قرعه‌کشی از طریق سایت رسمی اقدام به خرید خودروی مورد علاقه خود خواهند کرد. در همین حین اما به نظر می‌رسد که اکت قیمت خودرو در بازار و از سوی دیگر حذف مصوبات خودرویی شورای رقابت مبنی بر آزادسازی ۱۸ محصول کم‌تیراژ و همچنین عدم مجوز افزایش قیمت زمستانه، پیش‌فروش‌های خودروسازان را نیز تحت تاثیر قرار دهد به‌طوری‌که متقاضیان با روند نزولی قیمت‌ها در بازار ترجیح بر خرید فوری دارند تا پیش‌فروشی که قیمت مشخصی ندارد. در این زمینه جندی پیش یکی از دست‌اندرکاران صنعت خودرو عنوان کرده بود که پیش‌فروش خودرو به‌طور قابل توجهی کاهش یافته و برخی از افراد نیز به دلایل مختلف از پیش‌فروش‌های پیشین انصراف داده‌اند به همین دلیل خودروسازان با مجوز کمیته خودرو رزروها را به میزان ۲۰۰ درصد افزایش داده‌اند. از سوی دیگر رضا شیوا رئیس شورای رقابت نیز در گفت‌وگو

دولت و مجلس برای جلوگیری از تشدید زیان در صنعت خودرو چاره‌اندیشی کنند

بقای شورای رقابت در ورشکستگی و نابودی صنعت خودرو و قطعه‌سازی است!

جدید خبر از توقف اعمال قیمت‌های سه ماه پایانی سال خودروسازان داده؛ اقدامی که رئیس انجمن قطعه‌سازان ایران در واکنش به آن اعلام کرد: به نظر می‌رسد بقای شورای رقابت در ورشکستگی و نابودی صنعت خودرو و قطعه‌سازی است!

با قیمت‌گذاری دستوری صنعت قطعه‌سازی محکوم به فناست
گوردی گلستانی، رئیس انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو ایران در گفت و گو با خبرنگار پرسین خودرو، با توجه به سهم بالای قطعه‌سازان از قیمت خودرو گفت: در حالی خودروساز مجبور به قیمت‌های دستوری می‌شود که ۸۰ درصد جریان تولید در این صنعت توسط بخش خصوصی و قطعه‌سازان اداره می‌شود بنابراین ۸۰ درصد از قیمت خودرو نیز متعلق به قطعه‌سازان است، اما روز به روز با تحمیل قیمت‌های دستوری مطالبات آنها در حال افزایش است و خودروساز به دلیل زیاندهی بالا قادر به پرداخت به موقع مطالبات نیست شرایطی که بیش از همه به قطعه‌سازان فشار وارد کرده و این صنعت را در آستانه نابودی قرار داده است.

بهبانهای برای نابودی صنعت خودرو کشور

وی با بیان اینکه در کجای دنیا این واژه معنا دارد که خودروساز زیان کند و دلال سود ببرد، تصریح کرد: به رغم نشست‌های مشترک قطعه‌سازان و خودروسازان با دولت و مجلس و طرح مشکلات ناشی از قیمت‌های دستوری، همچنان شورای رقابت در مواجهه با این صنعت و قیمت‌گذاری خودرو، آن گونه که تمایل دارد رفتار می‌کند چنانچه به نظر می‌رسد تصمیم اخیر این شورا در عدم بازنگری قیمت‌های سه ماه پایانی سال نیز با هدف نابودی این صنعت اتخاذ شده است. وی تاکید کرد: زمانی که تمامی دستگاه‌ها و نهادهای مؤثر در کشور قادر نیستند منطقی را اجرا کنند مشخص است که صنعت خودروسازی به کجا می‌رود.

آیا تبعات اجتماعی، آزادسازی و افزایش قیمت خودرو را تعلیق کرد؟

تولید هم به محدوده ۵/۱۶ هزار میلیارد تومان نزدیک شده است. این ارقام نشان‌دهنده آن است که هزینه تولید با فروش همخوانی ندارد و با قیمت‌گذاری غیرواقعی که از سوی شورای رقابت صورت می‌گیرد خودروساز متحمل زیان فراوانی می‌شود. این زیان از یکسو انگیزه تولید و عرضه بیشتر را از خودروساز گرفته و از سوی دیگر مصرف‌کننده واقعی را هم متضرر می‌کند. در این بین تنها منتفعان و سفته‌بازان بازار سود کلانی می‌برند. حال آنکه ظاهراً رضایتمندی از این وضعیت در مجموعه دولت و قضا شکل گرفته است آن هم به بهانه ثبات بازار خودرو.

در هر حال در کنار تعلیق قیمت‌گذاری ۱۸ محصول کم‌تیراژ، جا به جایی مبدأ قیمت‌گذاری محصولات تولیدی شرکت‌های خودروساز از سالانه به فصلی اقدامی است که از اردیبهشت سال جاری به دنبال نوسانی شدن بازار و کاهش توان خودروسازان در عرضه محصولات به بازار در دستور کار قرار گرفت. این شیوه قیمت‌گذاری تا حدودی توانست نقدینگی را به شرکت‌های خودروساز تزریق کند و آنها نیز با برگزاری طرح‌های متعدد فروش فوق‌العاده به نوعی پاسخ این تغییر مبدأ قیمت‌گذاری را دادند.

شورای رقابت از اردیبهشت امسال تا آبان در سه بازه زمانی سه ماهه اقدام به صدور مجوز افزایش قیمت برای خودروسازان کرد. قطب‌نمای شورای رقابت برای صدور این مجوزها نرخ تورم بخشی خودرو بود که از سوی بانک مرکزی اعلام می‌شد. به این ترتیب

گردونه قرعه‌کشی خودروسازان چه زمانی از حرکت باز خواهد ایستاد؟ این سوال در شرایطی از دست اندرکاران و سیاست‌گذاران صنعت خودرو پرسیده شد که طی ماه‌های اخیر همراه با ریزش قیمت‌ها در بازار خودرو زمزمه‌هایی مبنی بر حذف قرعه‌کشی از سیستم فروش خودروسازان مطرح شد با این حال فعالان صنعت خودرو و حتی سیاست‌گذاران پاسخ شفافی برای این سوال ارائه نکردند و زمان حذف قرعه‌کشی را منوط به شرایط آتی خودروسازان عنوان کردند. به گزارش پدال نیوز، از اواسط آبان امسال همراه با کاهش ریسک‌های غیراقتصادی و تورم انتظاری، قیمت‌ها در بازار خودرو نیز روند نزولی به خود گرفت. با وضعیت شکل گرفته بسیاری از سفته‌بازها با واژه از ریزش بیشتر قیمت‌ها به‌طور گسترده، اقدام به عرضه خودرو به بازار کردند حال آنکه متقاضیان به امید اکت بیشتر قیمت‌ها دست از خرید کشیدند. این کنش و واکنش سمت عرضه و تقاضا همچنان ادامه دارد و شرایط جدید تا حدود زیادی حباب بازار را تخلیه کرده است. در این زمینه بسیاری از کارشناسان معتقدند که تداوم این وضعیت که منجر به کاهش دلالی و سفته‌بازی در بازار خودرو خواهد شد، به اکت شدید تقاضای بازار

رئیس انجمن قطعه‌سازان ایران با اشاره به بیانات راهبردی مقام معظم رهبری در توجه و حمایت از صنعت قطعه‌سازی کشور، از اعمال سیاست‌های غیرمنطقی و دستوری بر صنعت خودرو انتقاد کرد و از دولت و مجلس خواست تا با چاره‌اندیشی درخصوص مرجع قیمت‌گذاری خودرو مانع از بحران تعطیلی و بیکاری و تشدید زیان‌دهی در صنعت خودرو و قطعه‌سازی شوند.

به گزارش خبرنگار پرسین خودرو، مشکلات سرکوب قیمتی خودروسازان در چند سال اخیر از سوی شورای رقابت و ستاد تنظیم بازار در حالی منجر به زیان دو خودروسازی بزرگ کشور و افزایش مطالبات آنها به زنجیره تأمین شده است که براساس آخرین آمارها تداوم این جریان هم‌اکنون میزان مطالبات قطعه‌سازان از این صنعت را به رقمی در حدود ۴۰ هزار میلیارد تومان رسانده است. به ادعای خودروسازان و قطعه‌سازان ادامه قیمت‌گذاری دستوری به طور قطع زیان انباشته صنعت خودرو را حجیم‌تر خواهد کرد؛ سیاستی که شورای رقابت مجری آن محسوب می‌شود، با این حال برخی مسئولان وزارت صمت نیز به این امر اذعان دارند که سیاست قیمت‌گذاری دستوری ناکارآمد و برخلاف بدیهیات علم اقتصاد است.

به گفته بسیاری از کارشناسان اگرچه سیاست‌های اشتباه، هزینه‌های تحمیلی به خودروسازان، عدم پرداخت تسهیلات با نرخ سود پایین، شرایط نامناسب کسب و کار و سرکوب قیمت‌های طی سالیان متمادی در زیان شرکت‌های خودروسازی دخیل بوده اما مهمترین عاملی که موجب شده شرکت‌ها با تداوم زیان همراه باشند، حضور شورای رقابت و قیمت‌گذاری دستوری خودرو است.

با این حال شورای رقابت برخلاف رویه دو فصل گذشته در بازنگری قیمت‌های سه ماهه دو شرکت ایران خودرو و سایپا، در تصمیمی

تعلیق قیمت‌گذاری فصلی و آزادسازی قیمت ۱۸ محصول کم‌تیراژ از سوی شورای رقابت آن هم به بهانه جلوگیری از افزایش قیمت در بازار بی‌تدریس تبعاتی را متوجه صنعت و بازار خودرو خواهد کرد؛ تبعاتی که می‌تواند بار دیگر زنگ خطر در صنعت و بازار خودرو را به صدا درآورد، با این حال به نظر می‌رسد سیاست‌گذار خودرویی نیز با رضایت از شرایط کنونی بازار (نه صنعت) اقدام شورای رقابت را در این زمینه تأیید می‌کند و خواهان حفظ ثبات بازار حتی به بهای تصمیمات گذرا و کوتاه‌مدت است.

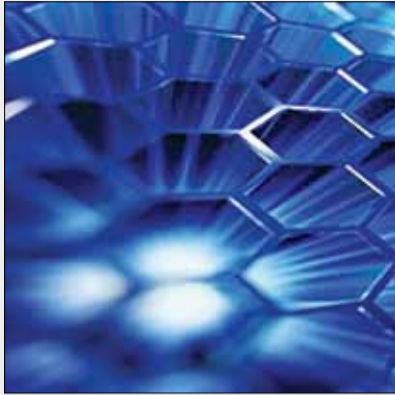
آنچه مشخص است شورای رقابت با فشار از سوی برخی نهادهای دولتی و قضایی وادار به لغو مصوبات خودرویی خود شد این در شرایطی است که بسیاری از دست اندرکاران صنعت خودرو این پرسش را مطرح می‌کنند که تداوم قیمت‌گذاری دستوری که تا به امروز نه نفع مصرف‌کننده را در پی داشته و نه تولیدکننده را، کدام جریان یا بخشی را منتفع می‌کند که همچنان اصرار بر تداوم آن است. جندی پیش یکی از فعالان صنعت خودرو رانت موجود در بازار را ۱۰۰ هزار میلیارد تومان عنوان کرد؛ رانته که نتیجه اختلاف قیمت کارخانه و بازار میان منتفعان و سفته‌بازان توزیع می‌شود آن هم در حالی که خودروسازان و قطعه‌سازان محتاج نقدینگی هستند.

آخرین آمارها از میزان زیان انباشته و ضرر تولید خودروسازان نشان‌دهنده آن بود که سه خودروساز بزرگ کشور تا پایان پاییز امسال به رکورد زیان انباشته ۴۳ هزار میلیاردی دست یافتند و زیان



حمایت از طرح‌های نوآورانه نانو سرعت گرفت

فراخوان «نانومج» برای حمایت از تجاری‌سازی طرح‌های نوآورانه نانو منتشر شد تا محصولات فناوری نانو یا نانومج عنوان یک برنامه دائمی ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری است. تسریع و تسهیل تجاری‌سازی محصولات نانو و حمایت از پژوهشگران و شرکت‌های نوپا هدف از آن است. حال فراخوان نهمین دوره نانومج منتشر شده است. با توجه به این فراخوان فناوری که محصول اولیه خود را تولید کرده‌اند یا در صدد تجاری‌سازی آن هستند از اول تا پایان بهمن ماه سال جاری برای ثبت طرح خود مهلت دارند تا طرح نوآورانه خود را توسعه دهند. طرح‌های پس از ارزیابی فنی و تجاری از حمایت‌ها برای توسعه محصول خود برخوردار می‌شوند.



دریچه

مهاجران داوطلبانه به کشورشان بازمی‌گردند

بازگشت داوطلبانه، یکی از راهکارهایی است که دولت‌ها برای تشویق پناهندگان جهت بازگشت به کشور مبدأ به کار می‌نهند. ادغام پایدار مهاجران بین‌المللی پس از بازگشت به کشورشان اصلی‌ترین هدفی است که کشورهای مقصد و مبدأ پناهندگان دنبال می‌کنند. بیش از ۴۰ سال است که تعداد قابل توجهی از اتباع افغانستانی آواره کشورهای دیگر شده‌اند. در سال‌های گذشته نزدیک به ۹۰ درصد این آوارگان در کشور ایران و پاکستان ساکن شده‌اند. علاوه بر این بیش از ۲ میلیون نفر افغانستانی نیز داخل کشور خودشان آواره هستند. بازگشت داوطلبانه مهاجران افغانستانی به کشورشان حدود دو دهه است که در برنامه کمیساریای عالی سازمان ملل متحد در امور پناهندگان (UNHCR) با همکاری دولت‌های ایران، پاکستان و افغانستان قرار گرفته است. از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۲۰ نزدیک به ۵ میلیون و ۳۰۰ هزار پناهنده افغانستانی براساس برنامه‌های بازگشت داوطلبانه (UNHCR) از ایران و پاکستان به افغانستان بازگشته‌اند. بازنمایی این اقدام بیشتر با بیان تعداد افراد بازگشتی است و اطلاعاتی در زمینه ارزیابی جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی این برنامه بیان نشده است. در سال‌های گذشته نزدیک به ۹۰ درصد از مهاجران افغانستانی در کشور ایران و پاکستان ساکن شده‌اند. مهاجرت‌های ساکنان این کشور حکایتگر وضعیت نامطلوب در افغانستان است و بازگشت مهاجران افغانستانی به وطن‌شان نیاز به تغییر شرایط در کشور افغانستان دارد. بازگشت مهاجران فاقد مدرک افغانستانی از ایران بیشتر ماهیت مهاجرت چرخشی داشته و به خاطر متناوب بودن این تردها شاید نتوان آنان را به عنوان مهاجر در نظر گرفت. در سال ۲۰۲۰ میلادی به دلیل شیوع بیماری کووید-۱۹ برنامه بازگشت به حالت تعلیق درآمد، اما به رغم آن حدود ۹۳۹ نفر از پناهندگان افغانستانی ساکن ایران به افغانستان بازگشتند. همچنین تعداد ۱۰۹۲ نفر از پناهندگان از کشور پاکستان و ۱۱۶ نفر از پناهندگان افغانستانی در سایر کشورها به صورت داوطلبانه به افغانستان بازگشتند. براساس داده‌های موجود حدود ۵۱ درصد از پناهندگان بازگشتی به گروه سنی زیر ۱۷ سال و ۴۶ درصد به گروه سنی ۱۸ تا ۵۹ سال تعلق دارند که نشان می‌دهد اغلب مهاجران بازگشته را گروه سنی جوان تشکیل می‌دهند. هرچند بازگشت داوطلبانه راه حل پایدار برای پناهندگان به شمار می‌رود،

منبع: رصدخانه مهاجرت ایران

محصولی دانش‌بنیان تولید شد تا پایش پدیده‌های طبیعی بهینه‌تر شود

آشکارسازی پدیده‌های طبیعی بومی و مستند انجام می‌شود. این کار با کمک محصولی دانش‌بنیان مبتنی بر فناوری‌های ژئوماتیک امکان‌پذیر شد. ستاد توسعه فناوری‌های فضای و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با حمایت از تولید سامانه «سپم» مبتنی بر فناوری‌های ژئوماتیک (سنجش از دور و GIS)، در تلاش است تا شناسایی و پایش پدیده‌های طبیعی با سرعت و دقت بیشتری انجام شود و در اختیار کاربران قرار گیرد. منوچهر منطقی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های فضای و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره این محصول فناوری، گفت: سامانه هوشمند پایش ماهواره‌ای موسوم به سپم، محصول شرکت دانش‌بنیان تیزنگر پایش است که با حمایت گروه ژئوماتیک ستاد تکامل یافته است. وی افزود، در حال حاضر این سامانه در قالب نرم‌افزار وب و موبایل با امکانات ویژه آماده بهره‌برداری است. این سامانه با دریافت و پردازش تصاویر ماهواره‌ای از طریق فناوری سنجش از دور با روش‌هایی کاملاً بومی، آشکارسازی پدیده‌ها را میسر کرده است. به گفته منطقی، این محصول، با تبدیل داده‌های دریافتی از ماهواره‌ها به اطلاعات مکان‌محور، امکان ارائه خدمات از طریق یک پلتفرم GIS برای کاربران دولتی، سازمان‌ها و عموم مردم فراهم می‌کند. دبیر ستاد توسعه فناوری‌های فضای و حمل‌ونقل

تایید قرار گرفته است.

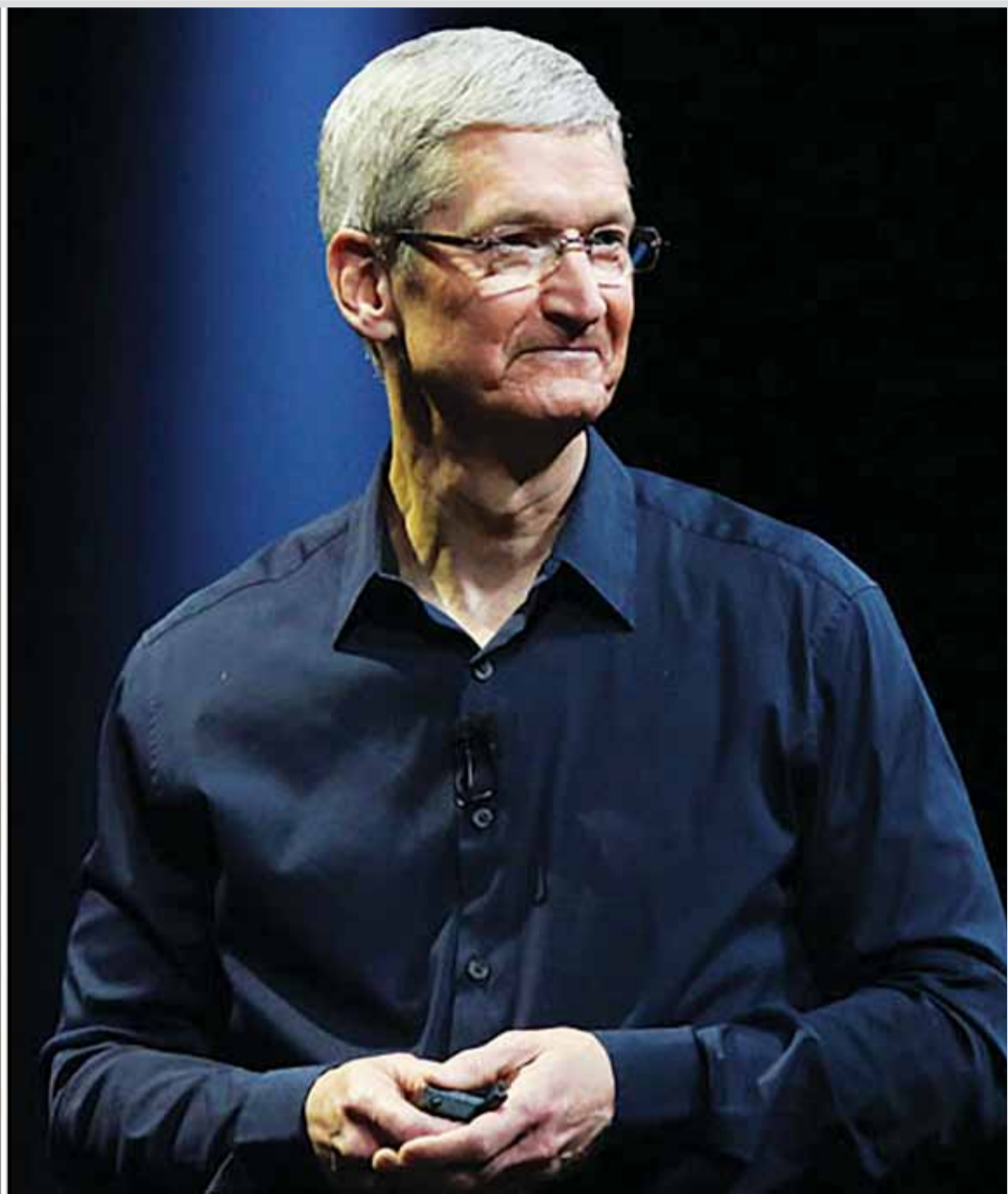
افزایش ۱۴ درصدی قیمت بیت‌کوین در پی اضافه شدن نام آن به حساب توئیتر ایلان ماسک

در پی اضافه شدن هشتمین بیت‌کوین به بخش بیوگرافی حساب کاربری ایلان ماسک در توئیتر، ارزش این رمزارز با رشد ۱۴ درصدی مواجه شد و به بیشترین حد در دو هفته اخیر رسید. به گزارش زومیت، روز گذشته در پی اضافه شدن تگ بیت‌کوین (Bitcoin) به بخش بیوگرافی حساب کاربری ایلان ماسک در توئیتر، قیمت این ارز رمزنگاری شده به یک‌باره با رشد ۱۴ درصدی مواجه شد تا به بالاترین ارزش خود در دو هفته اخیر برسد. مدیرعامل تسلا و اسپیس ایکس صرفاً در بخش بیوگرافی حساب توئیتر خود عبارت «#bitcoin» را اضافه کرد. براساس گزارش خبرگزاری رویترز، بررسی‌ها نشان می‌دهد ارزش بیت‌کوین تا ساعت ۱۳:۳۵ دیرروز برابر با ۳۶۹۰۱ دلار بوده است. ایلان ماسک که در توئیتر توسط ۴۳.۸ میلیون نفر فالو شده است، پیش‌تر توانسته بود از طریق انتشار توئیت روی برخی از بازارها اثر بگذارد و اتفاقی که برای بیت‌کوین رخ داد، جدیدترین نمونه آن است. سه‌شنبه گذشته پس از اینکه ایلان ماسک در توئیتر عبارت «Gamestonk!» را به همراه لینکی به گروه Reddit Wallstreetbets توئیت کرد، تب و تاب زیادی



اعضای شرکت CoinShares در حوزة مدیریت دارایی‌های دیجیتال در گفت‌وگو با رویترز اعلام کرد انتقال معاملات بزرگ تسلا به بیت‌کوین، اتفاق بسیار مهمی محسوب می‌شود.

کسب و کار



واکنش صریح تیم کوک به روش کسب در آ

مشاغل مبتنی بر گمراه کردن کاربران و بهره‌برداری از اشتباهات آنها، این شایسته ستایش مدیرعامل غول دنیای فناوری در بخش برای محافظت از حریم خصوصی را برجسته برچسب‌های جدید حریم خصوصی در اپ (ATT) که قرار است در ابتدای سال جاری این میان، گمان می‌رود که دو قابلیت مذکور باشد؛ زیرا این قابلیت‌ها به‌طور انکارناپذیر می‌کنند. تیم کوک می‌گوید: اپل نه تنها برای تقویت اصول حفظ حریم خصوصی و افزایش شفافیت در صنعت کار کرده است، ما دادیم. ما معتقدیم که فناوری اخلاقی، فناوری است که به کاربر کمک می‌کند تا به فناوری در صورت لزوم به کاربر فضای کافی می‌دهد. این فناوری است که می‌تواند در هر محو شود، اما در آنجا وجود داشته باشد تا به می‌شود یا در صورت سقوط ناخوشایند به مهم حریم خصوصی و امنیت آن است؛ زیرا

تیم کوک در جریان اجلاس CPDP، به شدت مدل‌های تجاری متکی به جمع‌آوری داده را محکوم کرد و گفت که این تجارت‌ها بیش از هر چیز منجر به اطلاعات غلط، بی‌اعتمادی و حتی خشونت در دنیای واقعی می‌شود. به گزارش زومیت، روز گذشته تیم کوک، مدیرعامل اجرایی اپل در راستای سخنرانی در کنفرانس رایانه‌های اروپا، حریم خصوصی و حفاظت از داده‌ها (به اختصار CPDP)، سخنرانی آغازین خود را با جدیت و هدف قرار دادن کسب‌وکارهای مبتنی بر جمع‌آوری داده انجام داد. وی طی سخنرانی کانون توجه خود را روی موضوعات مختلفی از جمله تلاش برای حفظ حریم خصوصی در اپل و خطرات ناشی از مدل‌های تجاری که به جمع‌آوری داده کاربر متکی هستند، معطوف کرده بود. کوک در این باره می‌گوید: همان‌طور که قبلاً گفتیم، اگر به صورت عادی بپذیریم که همه چیز در زندگی ما قابل جمع‌آوری و فروش است، پس بیش از داده‌ها ضرر خواهیم کرد زیرا ما آزادی انسان بودن را از دست می‌دهیم. در سخنرانی مذکور، کوک نام فیس‌بوک را ذکر نکرد، اما به‌طور واضح می‌توان برداشت کرد که روی سخنان او به مدل تجاری غول شبکه‌های اجتماعی متمرکز باشد. تیم کوک گفت: «با احتساب به نظریه‌های غلط اطلاعاتی و توطئه‌ای که به‌وسیله الگوریتم‌ها ساخته می‌شوند، دیگر نمی‌توانیم چشم خود را روی یک تئوری فناوری با مضمون خوب بودن تمامی تعاملات ببندیم. برخی از پیامدهای این نوع تجارت می‌تواند تضعیف اعتماد عمومی به واکنش‌ناسیون، تضاد و حتی خشونت در دنیای واقعی را در پی داشته باشد و به‌وسیله گروه‌های افراطی ادامه یابد.

دانش‌فناوران به نیاز صنایع پاسخ می‌دهد و تولید پمپ‌های فشار قوی

شتاب می‌گیرد

از گلوگاه‌های فناوریانه این سامانه‌ها است که در تلاشیم آن را با کمک شرکت‌های توانمند اجرایی کنیم. وی افزود: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف افزایش تاب‌آوری اقتصادی در حوزه آب، اقدام



به شناسایی گلوگاه‌هایی کرده است که باعث خروج ارز از کشور می‌شوند. همچنین با استناد به سند توسعه فناوری‌های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست، به حوزه بومی‌سازی این تجهیزات ورود کرده‌ایم. به گفته پرمهت، این کار خروج ارز از کشور را کاهش می‌دهد. تلاش می‌کنیم پروژه مذکور را با جلب مشارکت بخش خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری اجرایی کنیم. در ادامه علی رحیمیان، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان ماشین‌های دوار خاور طوس به ارائه توانمندی‌های شرکت در زمینه تولید پمپ‌های فشارقوی پرداخت و حمایت معاونت علمی از محصول بومی را دلیل توفیق در ساخت نمونه بومی و اعتماد بخش خصوصی در استفاده از محصول این شرکت عنوان کرد.

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و مشارکت شرکت‌های دانش‌بنیان، پمپ‌های فشار قوی در کشور بومی‌سازی می‌شود. کارگروه تخصصی آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با هدف بومی‌سازی پمپ‌های فشار قوی اقدام به برگزاری نخستین نشست مشترک با شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در این حوزه کرد تا با بررسی امکانات و دانش این شرکت‌ها، این پروژه مهم در کشور را عملیاتی کند. این پمپ‌ها کاربردهای فراوانی دارند از جمله برای تهیه آب شهری، پمپ‌آب و زه‌کشی و آب‌رسانی در مصارف صنعتی، بوستر پمپ، آبیاری بارانی، پمپ‌آب کردن آب کنده‌اند شده، پمپ‌آب کردن آب گرم و سرد تاسیسات صنعتی. جهانگیر پرمهت، قائم‌مقام کارگروه تخصصی آب، خشکسالی، فرسایش و محیط‌زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در نخستین نشست بومی‌سازی پمپ‌های فشارقوی با بیان اینکه داخلی‌سازی سامانه‌های نمک‌زدایی یکی از اولویت‌های کارگروه است، گفت: بومی‌سازی پمپ‌های فشارقوی یکی

دانش ایران در تولید واکسن کرونا پیشرفته است و امن ترین نوع آن برای مردم تهیه می شود

توانمندی دانشمندان ایرانی در حوزه تولید واکسن کرونا بسیار بالا است و مردم به این توان داخلی اعتماد کنند. مصطفی قانعی، دبیر ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره تولید واکسن کرونا در کشور، با اعلام این خبر گفت: دانشمندان کشورمان شبانه روز در حال تلاش برای تولید بهترین واکسن کرونای بومی هستند؛ محصولی که با بهترین کیفیت و نتیجه علمی به بازار می رسد و جامعه را از شر این بیماری خلاص می کند. وی افزود: در تلاشیم تا به نتیجه نهایی رسیدن واکسن های ایرانی، از بازار جهانی بهترین و مطمئن ترین نوع واکسن را تهیه کنیم. مردم نگران نباشند و قطعاً محصولی با ایمنی بالا و استاندارد را می خریم. ایران کشوری است که همیشه در شرایط بحرانی با یک بسیج عمومی از پس مشکلات برآمده است.



یادداشت

هیچ کس با رویکردی به جایی نرسیده است!

ایده ها آشنا شدید، باید بتوانید آنها را ارزیابی یا در اصطلاح «فرآیندی» کنید. قبل از هر چیز باید بدانید بهترین ایده، ایده ای است که وجه اشتراک اشتیاق، مهارت و سودآوری باشد. از خودتان بپرسید واقعا به چه حوزه ای علاقه مند و مشتاقید؟ و بعد از آن ببینید در آن حوزه دانش و مهارتی دارید؟ اگر به حوزه ای علاقه مند باشید ولی در آن دانش و مهارت نداشته باشید باسید طبیعتاً احتمال موفقیتتان کمتر خواهد بود، چراکه دانش، مهارت و اشتیاق سه ضلع یک کسبوکار موفق هستند. به علاوه توجه کنید حوزه ای که می خواهید در آن فعالیت کنید «سودآور» و پولساز باشد. اگر ایده ای را انتخاب کنید که نسبت به آن اشتیاق دارید و هم مهارت نسبی و البته پولساز هم باشد، مطمئن باشید که با تلاش و پشتکاری می توانید آن را به سرانجام برسانید.

مراحل ارزیابی ایده های کارآفرینی

۱- با مشتریان بالقوه ایده خود صحبت کنید:

با مشتریان بالقوه ایده خود صحبت کنید تا از دیدگاه های شان مطلع شوید. دوستان و اعضای خانواده تان هم می توانند مشتریان بالقوه محسوب شوند. یادتان باشد که ممکن است دیدگاه مشتری با دیدگاه شما فرق داشته باشد.

۲- به مکان هایی بروید که احتمالاً مشتریان بالقوه شما در آنجا حضور دارند:

به مکان هایی که احتمالاً مشتریان بالقوه محصول یا خدمت شما در آنجا حضور دارند، بروید. یک ساعت رفتار و نحوه عملکرد آنها را نظاره کنید. در مدت بررسی، چیزهایی را که انتظار دیدنش را نداشتید یادداشت کنید و به این فکر کنید که این موارد چطور ممکن است ایده شما را تحت تاثیر قرار دهند.

۳- در خصوص موارد مشابه ایده خودتان تحقیق کنید:

چه کسی کاری مشابه شما انجام داده است؟ با استفاده از منابع عمومی چگونه می توانید بفهمید که کار شما موثر بوده است یا نه؟ به یاد داشته باشید که شکست بدین معنا نیست که نباید این کار را انجام دهید، بلکه باید دلیل شکست را شناسایی کنید.

۴- با افراد متخصص، یک شبکه ارتباطی ایجاد کنید: (روش دلفی)

اگر بتوانید با سه نفر در مورد سوال خود صحبت کنید، این سه نفر چه کسانی خواهند بود؟ از افراد شبکه شما، چه کسانی در شبکه آنها هم وجود دارند؟ مردم دوست دارند در مورد حوزه های تخصصی خود صحبت کنند.

۵- ایده خود را تجسم کنید: (تکنیک گشت و گذار)

با ایجاد یک طرح، تصور کنید که چطور می توانید از ایده خود در زندگی استفاده کنید. یک استوری بورد (مثل یک کارتون) در نظر بگیرید که توضیح دهد مردم چطور محصول یا خدمت شما را کشف کرده و به آن دست می یابند و سپس از آن استفاده می کنند. تجسم گاهی اوقات به شما کمک می کند ایده خود را به طور ملموس تر درک کنید.

۶- محاسبات سرانگشتی انجام دهید:

محاسبات پیچیده لازم نیست. فقط یک یا سه یا چهار متغیر می تواند به شما کمک کند که بفهمید چه چیزی ایده شما را قابل درک می سازد.

۷- تمرین کنید تا یک فرضیه گسترده تر را شناسایی کنید

شاید این عبارت ذهن پرکن به نظر برسد، ولی در واقع کاری که باید انجام دهید این است که فقط از خود بپرسید «چه چیزی باید درست انجام شود تا این ایده مناسب و پایدار باشد. کدام یک از آن فرضیات شما را نگران کرده است؟ آیا می توانید آنها را با هر یک از تکنیک هایی که در اینجا گفته شد بررسی کنید؟»

۸- برای انجام تمرین هر یک از تکنیک های قبل، یک ساعت وقت بگذارید:

به کارهای موثر و غیرموثری که در گذشته انجام داده اید نگاهی بیندازید و ببینید چه فرقی بین آنها وجود دارد؟ وقتی این تفاوت ها را فهرست کردید، ببینید که ایده فعلی را چطور می توان با آنها مقایسه کرد. این نوع فعالیت های ساده، می توانند تضمینی باشند برای اینکه ایده خود را از دفتر یادداشت تان روانه بازار کنید.

نازنین توکلی

کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

شاید رویای راه اندازی یک کسبوکار بزرگ باعث بی خوابی های شبانه تان شده باشد. این کاملاً طبیعی است. اغلب کارآفرینانی که با ایده خود جهان را متحول کردند روزی رویای بزرگی در سر داشتند. اما اگر فقط رویاپرداز خوبی هستید و سال ها است فقط راجع به رویای بزرگتان با دیگران صحبت می کنید، باید بدانید هیچ کس با رویاپردازی صرف به جایی نرسیده، چرا که کارآفرینی یک سفر طولانی و پرفراز و نشیب است. شاید داشتن رویاهای بزرگ موتور انگیزه شما را روشن کند، اما تا قدم اول را برندارید این سفر هزاران کیلومتری آغاز نخواهد شد. پس تصمیم بگیرید و شروع کنید. ممکن است بگویید من ایده ای ندارم. در این مطلب برای خلق ایده به شما چند راهکار آسان پیشنهاد می کنیم که به کمک آنها می توانید در طول روز ایده های زیادی خلق کنید: ماهیچه های خلاق ذهن تان را تقویت کنید: احتمالاً می پرسید چگونه؟

۱- ایده ها را یادداشت کنید هر ایده ای به ذهن تان می رسد را یادداشت کنید. با یادداشت کردن ایده ها ذهن شما به صورت ناخودآگاه روی آن ایده تمرکز و آنها را پردازش می کند و در نهایت خروجی این فرآیند ایده های بهتر خواهد بود.

۲- با شخصیت های خیالی توفان فکری به راه اندازید: این کار را می توان با الهام گرفتن از روش علمی توفان فکری انجام داد. اجازه دهید که ذهن تان آزادانه و بدون هیچ محدودیتی از یک فکر به فکر دیگر بپرد. به فکرتان اجازه دهید آزادانه عمل کند. در نهایت بهترین ایده های خود را یادداشت کنید. قبل از خواب ایده هایی را که برای کسب و کارتان دارید، یادداشت کنید. به این ترتیب روز بعد که از خواب بیدار می شوید ذهن تان آماده تر است و توان خلاقیت تان بالاتر. کسی چه می داند شاید خواب یک ایده رویایی را ببینید!

۳- ایده های تان را نقاشی کنید: یک مداد در دست بگیرید و شروع به نقاشی کنید. ترسیدنی نیست پیکاسو باشید. همین که بتوانید یک طرح کلی از ایده تان بکشید کافی است. این کار به شدت خلاقیت شما را افزایش می دهد. ۴- تجربه کردن را فراموش نکنید: زندگی به روش دیگران تکراری و یکنواخت خواهد بود. خودتان تجربه کنید و با آنها زندگی کنید. تجربه ها نگاهتان را وسعت می بخشد و به ذهن شما یاد می دهند که همیشه اولین ایده بهترین ایده نخواهد بود.

۵- جای یا قهوه بنوشید: کارخانه ذهن شما برای تولید فکر به سوخت نیاز دارد. سعی کنید این سوخت را از مواد غذایی انرژی بخش تامین کنید. ۶- با افراد خلاق و نوآور معاشرت کنید: خلاق چو خلاق ببیند خوشش آید. افراد خلاق الهام بخش هستند و می توانند به شما باخبردهای سازنده بدهند. می توانید شبکه ای از افراد با تیم تشکیل دهید و ایده های تان را به اشتراک بگذارید. البته در این مرحله می توانید روی ابزار ایده پردازی و اتاق فکر بیزننگار حساب کنید.

۷- ایده های تان را دور بیندازید: زمانی که یک ایده به ذهن تان می رسد آن را تا آخر دنبال کنید. هیچ وقت ایده های تان را به حال خود رها نکنید. اگر ایده های تان را به مرحله عمل برسانید احساس موفقیت می کنید و این در نهایت برای شما به یک عادت تبدیل خواهد شد. ۸- خودتان را دست کم نگیرید:

اگر ایده شما خلاقانه نباشد، ناامید نشوید. به خودتان کمی استراحت دهید و اجازه دهید ذهن تان ایده را پردازش کند. به جای سخت گرفتن به خودتان سعی کنید عادت خلاق بودن را به مرور زمان و به آرامی در خود ایجاد کنید. به خاطر داشته باشید، در ابتدای راه کمیت ایده ها مهم هستند نه کیفیت آنها. ایده ها را ارزیابی و تست کنید: حال که با راهکارهایی ساده و روزمره برای خلق



مد فیس بوک و سایر شرکت های تبلیغاتی

نیازی به تبادل اطلاعات حقوقی کاربران شان ندارند.

افزون بر این، کوک در گوشه ای از نطق سخنانش قانون حفاظت از داده های GDPR اروپا را ستوده و خواستار قوانینی مشابه در سطح فدرال در ایالات متحده شده است. علاوه بر سخنرانی افتتاحیه کوک، رئیس حریم خصوصی جهانی اپل، جین هوروات نیز به عنوان میزبان در این اجلاس شرکت کرد. در همین حین، اصحاب رسانه از وی در مورد ویژگی های حریم خصوصی اپل و استفاده این شرکت از گوگل به عنوان موتور جست و جوی اصلی سوالاتی پرسیده اند. هوروات تأکید کرد که تمامی برنامه ها، از جمله برنامه های اپل، باید از سیاست های حفظ حریم خصوصی این شرکت پیروی کنند. گفته می شود کوپر تینو بی ها در رابطه با تبلیغات از IDFA استفاده نمی کنند و در عوض، از یک شبکه تبلیغاتی خصوصی بهره می گیرند. هوروات در رابطه با موتور جست و جو با اذعان به محبوبیت موتور جست و جوی گوگل، افزود که اپل از گزینه های دیگری مانند DuckDuckGo و Ecosia نیز پشتیبانی می کند.

سخنرانی کوک در حالی است که تنش های بین اپل و فیس بوک، به ویژه در مورد ویژگی ردیابی یادشده افزایش یافته است. چندی پیش غول شبکه های اجتماعی تبلیغاتی ضد قابلیت های حریم خصوصی اپل در روزنامه های بزرگ ایالات متحده آمریکا منتشر کرد و روز گذشته نیز مشخص شد که فیس بوک در حال آماده سازی برای طرح دادخواست علیه اپل به اتهام رفتار ضد رقابتی، به ویژه در رابطه با قابلیت شفافیت ردیابی در برنامه ای مسیج است.

به برداری از داده ها، گزینه هایی هستند که ما نیست: این شایسته تحقیق است.»

سی از سخنانش برخی از روش های اپل ته کرده است که از بین آنها می توان به سستور و ویژگی شفافیت و رهگیری برنامه های میلادی راه اندازی شود، اشاره کرد. در هر نقطه تلاقی اختلافات فیس بوک با اپل ی کسبوکار فیس بوک را با چالش روبه رو

م خصوصی خود، بلکه برای ایجاد موج های بدت ها پیش در اپل انتخاب خود را انجام ای است که برای افراد مفید باشد. این نواید و نه شما را در وضعیت بد نگه دارد. برای ایجاد نقاشی، نوشتن یا یادگیری هنگام پیاده روی یا شنا کردن در پس زمینه کاربر هشدار دهد که ضربان قلب او زیاد کاربر یاری می رساند. با وجود همه اینها، (شرکت ها) برای ارائه یک محصول عالی

دانش بنیان ها از پسماندهای بازیافتی استفاده کردند و بتن هایی

دوست دار محیط زیست به تولید رسید

این مجموعه فناوری، گفت: تولید کفیوش های نانویی با استفاده از ذرات PET و خرده شیشه یکی از این تولیدات است. از جمله مزایای این محصول می توان به «افزایش مقاومت فشاری، کششی و خم شدن کفیوش»، «کاهش ترک های

شرکتی دانش بنیان با کمک نانوفناوری، محصولات بتنی دوستدار محیط زیست تولید کرد. این محصولات از طبیعت محافظت می کند. شرکت آپتوس ایران مجموعه ای دانش بنیان است که با رویکرد تجاری سازی

ناشی از هیدراتاسیون سیمان»، «دوام بهتر در مقابل آسیب های ناشی از سولفات ها و آب های اسیدی»، «کاهش تحرک یون های کلر و در نتیجه کاهش عمق نفوذ کلر در بتن به ویژه در نواحی سواحل» و «کاهش آلودگی های زیست محیطی» اشاره کرد. این فعال فناوری ادامه داد: کفیوش های نانویی در «سیستم های روسازی کف و ضدسرخوردگی»، «کفسازی صنعتی و تزئینی»، «مکان هایی که سطوح تحت سایش شدید قرار دارند»، «پارکینگ ها، انبارها و بندرگاه ها»، «سطح معابر، پیاده روها و تقاطع ها»، «کف پله محوطه های بیرونی»، «رویه رمپ ها»، «شیشه ها و پیچ ها»، «کف های

عقد و دانش، اقدام به تولید انواع بتن با فناوری نانو کرده است؛ محصولاتی چون بتن غلتکی، پائل های بتنی خودتمیزشونده، بلوک نیوجرسی، کفیوش های نانویی، دیوار پیش ساخته بتنی، بتن سبک سازه ای، بلوک سبک بتنی و جدول پیش ساخته بتنی. به گفته شاهین ظهوری، مدیرعامل این شرکت دانش بنیان، این مجموعه با استفاده از نانو ذرات سیلیس و تیتانیوم که مقاومت بالایی دارند سعی کرده است بتن هایی با دوام بالا تولید کند. همچنین ذرات بازیافتی PET که با مانده بطری های پت به عنوان پسماندهای بازیافتی با مانده هستند نیز در تولید این بتن ها به کار رفته اند. وی افزود: خرده شیشه ضایعاتی ماده دیگری است که برای تولید بتن به کار می بریم. همه این محصولات، سبز و دوستدار محیط زیست هستند و کمک قابل توجهی به حفظ طبیعت کرده اند. این فعال دانش بنیان با معرفی یکی از محصولات دانش بنیان



«بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی بازی های ویدئویی» منتشر شد تا با

سهم این حوزه در اقتصاد دانش بنیان آشنا شویم

این کتاب به همت ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق و توسط موسسه خدمات فرهنگی رسا منتشر شده است. «بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی بازی های ویدئویی» کتابی جذاب و خواندنی با تأکید بر رویکرد

نوآورانه اقتصاد دانش بنیان است که تصویری روشن از وضعیت اقتصاد و ارزش آفرینی این حوزه به مخاطب ارائه می کند. از آنجایی که صنعت بازی های ویدئویی به عنوان یکی از شاخص ترین و پویاترین بخش های صنایع خلاق و فرهنگی بیش از ۳ دهه است که با عرصه محصولات سرگرمی گذشته و با درآمدزایی روبه رشدی که برای سازندگان و توزیع کنندگان خود به ارمغان آورده، از دیگر رقیبان خود مانند سینما، تلویزیون و موسیقی پیشی گرفته است. بازی های ویدئویی نه تنها در آمد و بازاری منحصربه فرد عرضه می کنند، بلکه به عنوان محصولی خلاقانه، کارکردهای هنری و رسانه ای نیز دارند. این بازی ها با ارائه تصاویر گرافیکی

خیره کننده و پرداخت های داستانی و روایی نو، بستری جدید برای ارائه پیامها و فرهنگ سازی در میان مخاطبان ایجاد می کنند. کتاب «بررسی و تحلیل نظام آمار اقتصادی بازی های ویدئویی» در ۳ بخش مجزا و در ۱۰ فصل، با پرداختن به

محورهای چون تبیین مفاهیم آماری اقتصاد بازی های ویدئویی، تحلیل صنعت بازی های ویدئویی با رویکرد نوآورانه و دانش بنیان، طراحی شاخص های نوآوری در صنعت بازی های ویدئویی کوشیده است تا تصویری شفاف و کاربردی از وضعیت اقتصاد این صنعت نوظهور را با محوریت نوآورانه و دانش بنیان، فضا روی مخاطب قرار دهد. ارائه تازه ترین آمارها و یافته های حوزه بازی های ویدئویی بخش دیگری از این کتاب است. در این بخش ضمن ارائه آماری از شرکت های بازی سازی، میزان تولید بازی توسط این شرکت ها، هزینه های تولید و رده بندی بازی های تولید شده مورد بررسی تحلیل قرار گرفته است. در بخش آمار نوآوری در صنعت بازی های ویدئویی نیز به طور مفصل به ابعاد بازارسازی در این صنعت پرداخته شده است. صنعت بازی های ویدئویی به عنوان پیشواز نوآوری در صنایع دیجیتال با ایجاد مدل های کسبوکار جدید، خلق محتوای نو و خدمات منحصربه فرد، به پیشرفت سایر بخش های صنایع دیجیتال کمک کرده است و بر مبنای همین نقش نوآورانه، کتاب به ارائه برخی از آمار موجود در صنعت بازی های ویدئویی ایران برای رصد این نوآوری ها می پردازد.



کارگاه برندینگ

BRAND

همکاری تبلیغاتی هایسنس با تیم
پاری سن ژرمنبه قلم: توماس آن جی کرشناس برندنساری
ترجمه: علی آل علی

برند هایسنس یکی از تولیدکنندگان بزرگ لوازم الکترونیکی در سطح جهان محسوب می‌شود. این برند در تازه‌ترین کمپین بازاریابی‌اش اقدام به همکاری با برندی متفاوت از همکاران قدیمی‌اش کرده است. کمپین تازه هایسنس با حضور تیم فوتبال پاری سن ژرمن طراحی شده است. بازیکنان مطرح این تیم فوتبال فرانسوی از جمله نیمار، کیلور ناواس، آنخل دیماریا، آندره هرا و پرسنال کیمپمبه در کمپین هایسنس حضور دارند. کمپین جدید این غول دنیای تجهیزات دیجیتال در راستای رونمایی از نسل جدید تلویزیون‌های هوشمند صورت گرفته است. بر این اساس مشتریان امکان مشاهده ویژگی‌های تلویزیون‌های جدید این برند با اجرای بازیکنان محبوب دنیا را خواهند داشت.

بسیاری از طرفداران فوتبال و ورزش‌های دیگر برای تماشای مسابقات به کیفیت پخش تصاویر تلویزیون توجه ویژه‌ای دارند. این امر موجب همکاری هایسنس با تیم پاری سن ژرمن شده است. کندی پانگ، مسئول بخش بازاریابی برند هایسنس در مورد همکاری با تیم پاری سن ژرمن بر روی نمایش جلوه‌ای تازه از کسب و کارشان تاکید دارد. بر این اساس هایسنس برای معرفی هرچه بهتر برند و محصولاتش به طرفداران فوتبال اقدام به طراحی این کمپین جذاب کرده است.

بسیاری از برندهای بزرگ دنبال محصولات الکترونیک به دنبال همکاری کوتاه مدت با تیم‌های ورزشی هستند. وضعیت هایسنس در این میان اندکی متفاوت است. این برند به دنبال همکاری بلندمدت با تیم پاری سن ژرمن در راستای بهبود جایگاهش در بازار فرانسه و دیگر کشورهای اروپایی است. بر این اساس در آینده همکاری تبلیغاتی بسیار بیشتری میان این برند و تیم فوتبال پاری سن ژرمن مشاهده خواهیم کرد. البته هنوز خبری از امضای توافق نامه همکاری بلندمدت میان دو برند نیست، با این حال با توجه به همکاری قبلی هایسنس با این تیم فوتبال در آگوست سال ۲۰۲۰ نشانه‌ای از تمایل تیم بازاریابی هایسنس برای همکاری بلندمدت با پاری سن ژرمن است.

منبع: brandingforum.orgاتومبیل‌های خودران حوزه جدید
مایکروسافتبه قلم: دیوید ولیچ خبرنگار
مترجم: امیر آل علی

چندین نکته نظیر رشد فوق‌العاده برند تسلا و آینده بسیار درخشانی که اکثر تحلیلگران برای اتومبیل‌های خودران متصور شده‌اند، این حوزه را برای سرمایه‌گذاری بسیار جذاب کرده است. در این راستا شاهد حضور برندهای مطرحی نظیر اپل بوده‌ایم. همین امر باعث شده تا مایکروسافت به عنوان رقیب قدیمی نیز به دنبال اقدامی مشابه باشد. در این راستا سرمایه‌گذاری ۲ میلیارد دلاری بر شرکت کروز، شروع قدرتمندی را برای این برند باسابقه، رقم زده است. پس از انتشار این خبر، سهام جنرال موتورز به عنوان سهامدار اصلی این شرکت، ۹.۵ درصد افزایش پیدا کرده است. در این راستا ساتیا نادالا تاکید کرده است که این سرمایه‌گذاری در راستای شروع همکاری بلندمدت بوده و برای بهبود سطح اتومبیل‌های خودران، مایکروسافت تمامی ابزارهای لازم نظیر خدمات دیجیتالی و ابری را تامین خواهد کرد. همین امر باعث شده است تا بسیاری شانس موفقیت این طرح را بسیار زیاد بدانند. در رابطه با برند کروز ذکر این نکته ضروری است که فعالیت خود را از سال ۲۰۱۳ و با همکاری دو ابربرند جنرال موتورز و هوندا آغاز کرده است. حال باید دید که نتیجه این سرمایه‌گذاری بزرگ، تا چه حد مثبت خواهد بود.

منبع: bloomberg.com

تشویق خلاقانه کودکان به خوردن سبزیجات

بسیاری از پدر و مادرها هر روز با یک مشکل بزرگ دست و پنجه نرم می‌کنند: کودکان‌شان به اندازه کافی سبزیجات نمی‌خورند. هاک (HAK)، یکی از بزرگترین برندهای تولید کننده سبزیجات در شمال اروپا، ماموریت دارد که این مشکل را حل کند. به این ترتیب برند دست به معرفی یک بشقاب کمکی زده است: این بشقاب به بچه‌ها کمک می‌کند تا ناخودآسته نسبت به گذشته سبزیجات بیشتری بخورند. دانشگاه بزرگ و معروف هلندی «واگنینگن» (WUR) با طرح و توسعه یک سری نقطه نظرات و دیدگاه‌های علمی، درباره این دیزاین جدید اطلاع‌رسانی کرد.

به گزارش ام بی ای نیوز، آژانس خلاقیت «DDB Unlimited» ضمن توسعه این ایده، مسئولیت اجرای آن را نیز پذیرفته است. یک چالش بزرگ برای پدر و مادرها این است که چگونه کودکان‌شان را وادار به خوردن سبزیجات به اندازه کافی کنند. در عمل، کودکان به طور متوسط روزانه بیش از ۷۳ گرم سبزیجات نمی‌خورند، در حالی که دستورالعمل‌های بهداشتی حکایت از آن دارند که گروه سنی ۴ تا ۸ سال باید بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ گرم سبزیجات در طول روز مصرف کنند.

از جمله دلایل تلاش شرکت‌ها کشف راه حلی خلاقانه برای حل این مشکل است. این شرکت همیشه در پی آن بود تا به مردم هلند کمک کند سبزیجات بیشتری بخورند. این بشقاب کمکی ظاهرا با بشقاب‌های کودک معمولی تفاوت دارد و دقیقاً هدفمند طراحی شده است. کودکان آنچه تمام عیار پدر و مادر خود هستند و غذا خوردن کودک از بشقابی مشابه با بشقاب پدر و مادر خود، کپی‌برداری از رفتارشان را آسان‌تر از قبل می‌کند. در ادامه طی فرآیند طراحی نیز از ویژگی‌هایی استفاده شده است که ناخودآگاه کودک را به سمت خوردن سبزیجات بیشتر نسبت به گذشته هدایت می‌کند. به عنوان مثال، ابعاد بزرگ‌تر و یک ترفتنی، رد پای کم‌رنگ‌تر از همان مقدار مشابه سبزیجات را در بشقاب باقی می‌گذارد و سایه رنگ‌ها کمک می‌کند تا سبزیجات جذاب‌تر از قبل به نظر برسند.



استفاده کنید که امکان اتصال به پاوربانک را دارند.

۴- محافظ

این بخش تنها شامل یک ابزار نبوده و طیف گسترده‌ای را دارد. در واقع تمامی ابزار شما نیاز به محفظه‌هایی دارند تا از انواع آسیب‌ها در امان نگه داشته شوند. این موضوع نکته‌ای است که بسیاری از افراد از آن غافل می‌شوند که نتیجه آن، آسیب‌هایی بسیار پرهزینه است. در واقع در هر لحظه‌ای احتمال بروز حادثه وجود داشته و توصیه می‌شود که در کنار تهیه کیف محکم برای حمل و نقل، بدنه آنها را نیز با کاور ببوشانید.

۵- نرم‌افزارهای ویرایش

بدون شک بهترین ابزار ویرایش هان فتوشاپ است، با این حال با توجه به امکانات متنوع، شما می‌توانید تکنیک‌های بسیاری را پیاده نمایید که این مسئله نیاز به مهارت خواهد داشت. در این زمینه توصیه می‌شود که حتما دوره آموزشی مرتبط با این موضوع را بگذرانید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که حتی در اختیار داشتن بهترین دوربین، لنز و رینگ لایت نیز شما را از ویرایش بی‌نیاز نخواهد کرد. در واقع تمامی عکس‌هایی که پیرامون خود می‌بینید، ویرایش شده هستند و به همین خاطر توجه به این بخش کاملا ضروری است. در کنار این مسئله ویرایش، شما را در پیاده‌سازی خلاقیت‌های موردنظر، یاری خواهد کرد. در نهایت نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که تمامی این موارد تنها برای شروع کار بوده و شما به صورت مداوم لازم است تا به دنبال کسب تجربه، یادگیری و انجام اقدامات جدید باشید. در واقع ثبت تصاویر تکراری، جذابیت لازم را برای مخاطب نداشته و به همین خاطر توصیه می‌شود که حداقل پس از مدتی، سبک خاص خود را پیاده نمایید.

منبع: entrepreneur.com

امکانات تصمیم بگیرید. در واقع ممکن است یک دوربین سونی با توجه به بودجه شما به مراتب بهتر از گزینه‌های دیگر از بین نیکون و کنون باشد. به همین خاطر نیز باید برندگرایی را کنار بگذارید. همچنین بهترین زمان برای خرید این ابزار، جمعه سیاه است که کمک خواهد کرد تا بودجه خود برای تهیه سایر لوازم ضروری را ذخیره نموده و یا با همان بودجه، دوربین بهتری را تهیه نمایید. به عنوان نکته پایانی فراموش نکنید که لنز دوربین شما نیز بسیار مهم بوده و لازم است تا از بین گزینه‌های موجود، بهترین مورد را با توجه به نیاز خود تهیه نمایید.

۲- سه‌پایه

اگر تصور می‌کنید که دوربین را می‌توانید در دست گرفته و تمام عکس‌های موردنیاز را تهیه نمایید، بدون شک سخت در اشتباه هستید. در واقع عکاسی تبلیغاتی نیاز به فضا سازی دارد که برای این مسئله، وجود سه‌پایه امری کاملا الزامی خواهد بود. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای شما نور امری بسیار مهم بوده و با این وسیله می‌توانید کنترل بهتری را داشته باشید. در نهایت وجود سه‌پایه کمک خواهد کرد که در صورت نیاز به تولید ویدئو، فیلم‌های بدون لرزشی را نیز داشته باشید. در رابطه با سه‌پایه‌ها، تنوع بسیار بالا بوده و لازم است که قبل از هر چیزی، نیاز خود را مشخص نمایید.

۳- رینگ لایت

در عکاسی تبلیغاتی نیاز است تا محصول به خوبی دیده شود. در این راستا نورپردازی، بسیار مهم است. برای این امر که بتوانید در هر شرایطی نور خوبی را داشته باشید، توصیه می‌شود که از رینگ لایت استفاده کنید. این ابزار کمک خواهد کرد تا در هر شرایطی، بهترین نور ممکن را داشته باشید. قابلیت حمل ساده، از دیگر امتیاز این ابزار در مقایسه با سایر گزینه‌ها محسوب می‌شود. در این راستا توصیه می‌شود که از نمونه‌هایی

به قلم: تیم نویسندگان سایت entrepreneur

مترجم: امیر آل علی

امروزه با رشد چشمگیر شبکه‌های اجتماعی، همه برندها به در اختیار داشتن تصاویر مناسب از محصولات خود نیاز پیدا کرده‌اند، با این حال همکاری با افراد حرفه‌ای در این زمینه بدون شک پرهزینه بوده و این مسئله از عهده بسیاری از برندها خارج است. همچنین نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که هماهنگی با این افراد بسیار سخت بوده و ممکن است زمانی به آنها نیاز داشته باشید که درگیر پروژه‌های دیگر هستند. همه این موارد باعث شده است تا بسیاری از افراد به سمت تامین این نیاز توسط خدشان سوق پیدا کنند. با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده‌اید که برای موفقیت در این زمینه به چه لوازمی نیاز خواهید داشت؟ در این راستا مهمترین اصل، توانایی عکس گرفتن است که توصیه می‌شود حتما دوره آن را گذرانده و چندین کتاب مشاهده کنید. همچنین با تحلیل اقدامات عکاس‌های موفق، می‌توانید ایده‌های بسیار خوبی را به دست آورید. پس از طی کردن این مرحله، شما باید نسبت به الزامی‌ترین لوازم آگاهی پیدا کنید که در ادامه آنها را بررسی خواهیم کرد.

۱- دوربین

بدون شک مهمترین ابزار شما دوربین مناسب است. در این زمینه نیاز شما تعیین‌کننده نوع آن خواهد بود. برای مثال ممکن است برای یک برند، حتی دوربین گوشی‌های تلفن همراه نیز کافی باشد، با این حال توصیه می‌شود که در صورت امکان، از خرید یک DSLR غافل نشوید. این دوربین‌های تخصصی عکاسی، دارای امکانات متنوعی بوده و به شما در تهیه بهترین تصاویر، کمک بسیاری خواهند کرد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برند را فراموش کرده و تنها براساس

صنعت بیمه نیازمند کمپین‌های مشترک است

مخاطبان دارد و یا سیستماتیک نیست. لذا در همین رابطه گفت‌وگویی را با معاون روابط عمومی بیمه مرکزی داشتیم که به بیان دیدگاه‌های مختلف در این حوزه پرداخته است. «گودرزی» ضمن تاکید بر مطلب فوق افزود: در ایران بیمه مرکزی به عنوان نهاد سیاست‌گذاری در حوزه صنعت بیمه مطرح است و حدود ۳۳ شرکت بیمه‌ای نیز مستقلا سیاست‌ها و رویکرد ویژه خود را اجرایی می‌کنند.

در واقع اطلاع‌رسانی و تبلیغات بخش مهم کار صنعت بیمه محسوب می‌شود که توسط شرکت‌های بیمه اجرایی می‌شود، رویکرد رقابت‌محور در تبلیغات شرکت‌های بیمه منجر به عدم تاثیرگذاری مطلوب برای اقناع مخاطبانی شده که اصولا با اطلاعات چندانی از کارکردهای بیمه نداشته و یا به هر علت به کارایی نقش بیمه در زندگی خود اعتماد ندارند. بیمه مرکزی در نقش سیاست‌گذار اصلی در اقدامات تبلیغاتی که داشته در تبیین نقش بیمه و ترویج این عبارت که «بیمه خوب است» به رسالت خود در این حوزه عمل می‌کند و شرکت‌های بیمه در ادامه چنین رویکردی بهتر است به بیان ضرورت بیمه در زندگی مخاطبان و اثرات آن

ایستگاه بازاریابی

۹ دلیل که نشان می‌دهد چرا کسی به محتوای شما توجه نمی‌کند

همه می‌خواهند بدانند که چطور می‌شود در دنیای تجارت آنلاین موفق شد؛ این سوالی بزرگ است. چگونه ما افراد را برای جلب توجه فرا می‌خوانیم؟ مشاوران شبکه‌های اجتماعی می‌گویند: شما باید از تصاویر و ویدئو استفاده کنید. این برای آینده است. خوب، این مثل پرسیدن این سوال است، «چطور چیزی بپزم که دیگران دوست داشته باشند» و برای استفاده از غذا فرا خوانده شوند.

در واقع، ما درباره قالب محتوا، به آن اندازه‌ای که کیفیت مهم است صحبت نمی‌کنیم. اگر تصاویر باکیفیت کلید موفقیت است، پس چطور صفحات اینستاگرامی با بودجه‌های کم توانسته‌اند ۳ میلیون دنبال‌کننده داشته باشند؟ اگر ویدئو کلید است، پس چطور کانال‌های یوتیوب با پست‌های هفتگی‌شان تنها ۱,۰۰۰ مشترک دارند؟

در بسیاری از موارد، برندها (و افراد) فکر می‌کنند که اقدامات‌شان موفقیت را مشخص می‌کند. در حالی که پست گذاشتن‌های روزانه مثل عکس و موارد دیگر، هیچ چیزی را تضمین نمی‌کند. اگر شما هر روز در فیس‌بوک یا اینستاگرام پست می‌گذارید، به این معنا نیست که مطالب و تصاویر خوب و باارزشی منتشر می‌کنید.

در اینجا مواردی را می‌بینید که به بهتر شدن برندگان در زمینه آنلاین کمک می‌کند. چرا مردم در درجه اول به شما توجه نمی‌کنند؟

۱. محتوای شما مانند بقیه افراد است

این دلیلی است که نشان می‌دهد چرا بررسی‌های رقابتی مهم است. اگر شما کاری را می‌کنید که همه انجام می‌دهند، چطور انتظار دیده شدن دارید؟ یا بدتر از آن، چرا کسی باید شما را فالو کند، در حالی که کس دیگری را با محتوای شبیه شما فالو می‌کند؟

۲. شما هیچ پیام واقعی و باارزشی ندارید

پست‌های انگیزشی مثل جملاتی مبهم و بی‌ارزش که از دیالوگ‌های فیلم‌های مسخره گرفته می‌شوند، محتوای خوب به شمار نمی‌روند. شما باید بدانید، یا چه صدایی حرف بزنید که شما را منحصر به فرد می‌کند و چه پیامی برندان را بهتر از قبل می‌کند.

۳. شما از بهترین شیوه پیروی نمی‌کنید

اشتراک‌گذاری پست‌های اینستاگرام در فیس‌بوک، هشتگ‌ها و ... بهترین روش کاری نیستند. شما باید روش‌های دیگری را هم انتخاب کنید.

۴. شما هرگز همکاری نمی‌کنید

این سریع‌ترین راه برای گسترش کارتان است. اگر فکر می‌کنید که دیگران شما را «پیدا می‌کنند»، در اشتباه هستید. شما باید همکاری کنید و وقت بیشتری برای دیده شدن محتوای‌تان بگذارید، به جای اینکه آن را به باد بسپارید.

۵. شما درک درستی از مخاطبان‌تان ندارید

بین فکر کردن شما درباره خواسته مخاطبان و چیزی که توجه آنها را جلب می‌کند، تفاوت وجود دارد. محتوای‌تان را ببینید. ببینید چه محتوایی مورد علاقه آنها است و سپس از محتوایی که هیچ‌کس دوست ندارد خلاص شوید.

۶. شما ثابت‌قدم نیستید

افراد زیادی هستند که صفحه‌های جدید در شبکه‌های اجتماعی می‌سازند و دوام نمی‌آورند. یا بدتر از آن، آنها تنها چند صد فالوور دارند و با خودشان می‌گویند، «من ۲۶۲ نفر را دارم که به من در تویتر توجه می‌کنند! این واقعا زیاد است!» خیر، این تعداد واقعا زیاد نیست و هیچ‌کس به شما، حداقل تا زمانی اینگونه فکر کنید نگاه نمی‌کند.

۷. امروز هم همان کاری را می‌کنید که دیروز انجام دادید

شما باید محتوای‌تان را روز به روز بهتر کنید، چراکه بدون پیشرفت در محتوای‌تان، دیگر کسی شما را فالو نمی‌کند. آنها هم می‌خواهند با شما چیزهای بهتری بخوانند. برای آنها هم بهتر شدن شما مفید است. آنها می‌خواهند بدانند کسی یا چیزی را فالو می‌کنند که در مسیری رو به بهتر شدن است.

۸. شما ارزش کافی ارائه نمی‌دهید

این مورد بسیار مهم است. اگر صفحات شما بهترین منبع اینترنت در بازار یا موضوعی که کار می‌کنید نیست، یعنی به اندازه کافی تلاش نکرده‌اید. فردی که شما را فالو می‌کند پیدا کنید یا کسی که دوستش دارید یا کسی که بازار شما را دارد. حال، کارهایی که آنها انجام می‌دهند را سعی کنید به شیوه‌ای بهتر انجام دهید. این رقابت شما است.

۹. شما به دیگران چیزی یاد نمی‌دهید

اغلب افراد، بحث آموزشی را فراموش می‌کنند. پست گذاشتن کافی نیست. شما می‌خواهید که افراد، بارها و بارها به صفحه‌تان برگردند، چراکه شما با محتوای‌های مفیدتان، به آنها چیزی یاد داده‌اید. اگر به مخاطبان‌تان، هر روز چیزی تازه یاد ندهید، آنها هم دلیلی ندارند که به شما توجه کنند.

منبع: inc/ucan



مزیت‌های فناوری واقعیت افزوده در دنیای بازاریابی



بررسی شیوه‌ای تازه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف

به قلم: آماندا جرنلین کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی‌آل‌علی

انطباق تصاویر هر محصول با نمایش واقعی‌اش دارند. همچنین خرید حضوری امکان مشاهده مستقیم و واقعی محصولات را نیز در پی دارد بنابراین کسب و کارهای آنلاین برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به دنبال نمایش ویژگی‌های محصولات براساس فناوری واقعیت افزوده باشند. در غیر این صورت خبری از بهبود وضعیت بازاریابی دیجیتال آنها نخواهد بود.

بدون تردید نمایش جلوه‌های دیجیتال از محصولات باید با دقت زیادی صورت گیرد. هرگونه عدم انطباق میان محصولات با نمای واقعی‌شان در دروس‌ساز خواهد شد. بسیاری از مشتریان به دلیل عدم انطباق محصولات با نمایش واقعی‌شان اقدام به مرجوعی آنها می‌کنند بنابراین باید از طراحی حرفه‌ای گرافیک در این راستا اقدام کرد.

گام بعدی در این میان تلاش برای فراهم‌سازی شرایط بارگذاری نمایش دیجیتال محصولات در دنیای واقعی است. یکی از بهترین تکنیک‌ها در این میان مربوط به برند IKEA است. این برند سونلیدی برای نمایش محصولاتش در خانه مشتریان اقدام به استفاده از فناوری واقعیت افزوده در اپ رسمی‌اش کرده است. بر این اساس مشتریان امکان مشاهده لوازم مختلف خانه این برند در اتاق پذیرایی یا هر نقطه دیگری از خانه‌شان را خواهند داشت. نکته جالب اینکه برای استفاده از این قابلیت فقط نیاز به یک گوشی هوشمند دارای دوربین خواهد بود.

۳. فراهم‌سازی شرایط استفاده محصولات پیش از خرید

بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف اقدام به عرضه رایگان برخی از محصولات برای مدت زمانی محدود می‌کنند. همچنین تضمین امکان مرجوعی محصولات در صورت عدم تمایل مشتریان نیز راهکار رایجی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان هزینه‌های ارسال و سپس بازگشت محصولات برای کسب و کارهاست بنابراین باید به دنبال راهکاری ساده و ارزبایی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان باشیم. فناوری واقعیت افزوده در این میان تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی فرآیند فعالیت برندها داشته است.

مشتریان با استفاده از اپ رسمی برندها امکان مشاهده وضعیت هر محصول و استفاده دیجیتال از آن را دارند. به عنوان مثال، اگر شما در تلاش برای پیدا کردن یک عینک مناسب هستید، به طور معمول ساعات‌ها وقت در فروشگاه‌های مختلف برای مشاهده نمای هر عینک بر روی صورت‌تان صرف خواهد کرد. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر مشتریان امکان انتخاب عینک مورد نظرشان به صورت دیجیتال را داشته باشند، صرفه‌جویی قابل ملاحظه‌ای در زمان و هزینه آنها صورت می‌گیرد بنابراین هر برند باید در تلاش برای راهاندازی بخش استفاده دیجیتال از محصولات در اپ رسمی‌اش باشد. تنها فناوری کاربردی برای تحقق این هدف نیز واقعیت افزوده است. اگر این فناوری هرچه سریع‌تر از سوی کسب و کارها مدنظر قرار نگیرد، عرصه رقابت بر آنها تنگ‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد.

۴. ایجاد سر و صدا پیرامون برند

وقتی یک کسب و کار در میان نخستین برندها در زمینه استفاده از یک فناوری نوین باشد، سر و صدای زیادی در بازار ایجاد خواهد کرد. این امر نوعی مزیت بازاریابی برای هر برند به همراه دارد بنابراین استفاده از فناوری واقعیت افزوده باید در راستای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف مدنظر قرار گیرد. امروزه برخی از برندهای فعال در زمینه تولید لوازم آرایشی برای نمایش نحوه استفاده از محصولات‌شان اقدام به استفاده از فناوری واقعیت افزوده کرده‌اند. مشتریان با استفاده از این فناوری امکان مشاهده تاثیرگذاری و کیفیت هر کدام از محصولات آرایشی را پیدا می‌کنند.

بحران کرونا برای بسیاری از کسب و کارها به معنای ایجاد شرایط دشوار از نظر بازاریابی بود. دیگر خبری از حضور مشتریان در فروشگاه‌های بزرگ برای خرید نبود بنابراین کسب و کارها باید به دنبال راهکاری تازه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌رفتند. استفاده از فناوری واقعیت افزوده به دلیل سهولت در جلب نظر مخاطب هدف و همچنین رفع خطرات ناشی از شیوع کرونا بهترین گزینه بود. این فناوری برای کسب و کارهای تولیدی به منظور نمایش کیفیت محصولات گزینه جذابی است. مهمترین نکته توجه به کیفیت المان‌های دیجیتال است. اگر کیفیت نمایش محصولات براساس این فناوری پایین باشد، مشتریان

فناوری واقعیت افزوده فقط منحصر به عرصه سینما نیست. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امکان استفاده از این فناوری جذاب را دارند. بحران کرونا و وقوع مشکلات متعدد در زمینه بازاریابی برای بسیاری از کسب و کارها به مثابه فرصتی در راستای یافتن ایده‌های تازه‌تر برای بازاریابی بود. واقعیت افزوده یکی از فناوری‌های پرکاربرد در طول سال گذشته بود. این فناوری در سال ۲۰۲۱ نیز محبوبیت بسیار زیادی در میان بازاریاب‌ها دارد.

براساس گزارش موسسه مارکسنت، ۷۲ درصد از برندهای خرده‌فروشی در طول سال گذشته نسبت به بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف با استفاده از فناوری واقعیت افزوده اقدام کرده‌اند. این امر به معنای تاثیرگذاری استفاده از چنین فناوری در میان برندهای بزرگ است. کسب و کارهای کوچک نیز امکان استفاده از چنین فناوری را دارند. براساس گزارشی دیگر از موسسه IBM، ۳۲ درصد از مشتریان به هنگام خرید از فناوری واقعیت افزوده برای ارزیابی ویژگی‌های محصول استفاده می‌کنند. با این حساب اگر کسب و کارها در زمینه معرفی محصولات‌شان به این فناوری مهم توجه نمایند، نتیجه بسیار بهتری در راستای تعامل با مخاطب هدف کسب خواهند کرد.

مزیت‌های استفاده از فناوری‌های نوین بازاریابی هنوز هم برای بسیاری از برندها نامشخص است. همین امر موجب جهت‌گیری منفی برخی از کارآفرینان در راستای استقبال از فناوری واقعیت افزوده شده است. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی دقیق وضعیت فناوری واقعیت افزوده و مزیت‌های آن برای بازاریاب‌هاست. بنابراین در ادامه به طور هرچه دقیق‌تر به بررسی مزیت‌های فناوری واقعیت افزوده در حوزه بازاریابی خواهیم پرداخت. این امر موجب ترغیب بازاریاب‌ها برای استفاده هرچه وسیع‌تر از فناوری موردنظر خواهد شد.

۱. فراهم‌سازی امکان جلب نظر مخاطب هدف

بسیاری از بازاریاب‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف مشکلات زیادی دارند. این امر در میان کسب و کارهای با حوزه‌های فعالیت مخاطب مشترک است. بازاریاب‌های حرفه‌ای به خوبی اهمیت جلب نظر مخاطب هدف را می‌دانند. بنابراین همیشه در تلاش برای تاثیرگذاری مناسب بر روی آنها هستند. استفاده از فناوری واقعیت افزوده در پیچ‌های تازه برای تعامل با مشتریان در بازارهای مختلف محسوب می‌شود. یکی از بهترین نمونه‌ها در این میان مربوط به خرده‌فروشی‌های بزرگ است. برخی از خرده‌فروشی‌های بزرگ برای نمایش و معرفی پوشاک‌شان اقدام به استفاده از فناوری واقعیت افزوده می‌کنند. بر این اساس مشتریان با ایستادن در مقابل مانیتورهای بخش پوشاک امکان مشاهده نمای ظاهری لباس‌ها بر روی تن‌شان را دارند. این امر فرآیند زمانبر پوشیدن هر لباس از سوی مشتریان را رفع می‌کند بنابراین مشتریان در صورت تمایل برای خرید یک لباس امکان تصمیم‌گیری سریع در مورد رنگ و طرح را خواهند داشت. برخی از برندهای بزرگ مانند نایک برای مشتریان‌شان امکان طراحی و شخصی‌سازی محصولات را فراهم کرده‌اند. بر این اساس مشتریان با طراحی منحصر به فرد محصولات و به کمک فناوری واقعیت افزوده امکان مشاهده طرح نهایی را خواهند داشت. این امر حتی گاهی اوقات نمایش استفاده از محصولات را نیز به مشتریان نشان می‌دهد.

امروزه جلب نظر مخاطب هدف بدل به چالشی مهم برای کسب و کارها شده است. بسیاری از برندها در مسیر تاثیرگذاری و جلب نظر مخاطب هدف راهکار بسیار دشواری پیش روی دارند. این امر مشکلات زیادی پیش روی کسب و کارها از نظر بازاریابی و سرمایه‌گذاری مطمئن در این حوزه قرار می‌دهد. اگر سرمایه‌گذاری بر روی فناوری‌های قدیمی در عرصه بازاریابی باشد، نه تنها خبری از جلب نظر مخاطب هدف نخواهد بود، بلکه بودجه کسب و کارها نیز بر باد خواهد رفت. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شیوه‌های خلاقانه و تازه است. استفاده از فناوری واقعیت افزوده این امکان را در اختیار برندها قرار می‌دهد.

۲. نمایش دیجیتال محصولات برای مشتریان

مشتریان در زمینه خرید آنلاین همیشه نگرانی‌های فراوانی درباره

تجربه مطلوبی از همکاری با برند شما نخواهند داشت.
۵. ترکیب دنیای واقعی و خیالی

بسیاری از برندها در عرصه بازاریابی تمایل به سرگرم ساختن مخاطب هدف دارند. این امر مربوط به فروش محصولی خاص نیست، بلکه بیشتر با هدف بهبود رابطه میان برند و مشتریان صورت می‌گیرد. استفاده از فناوری واقعیت افزوده امکان بهبود رابطه میان برندها و مشتریان‌شان را به همراه دارد. این امر در قالب ترکیب دنیای واقعی و خیالی صورت می‌گیرد. بازی‌هایی نظیر پوکمن گو به خوبی امکان سرگرم ساختن مخاطب هدف را به نمایش گذاشته‌اند بنابراین برندها امکان استفاده از این فناوری برای جلب نظر مخاطب هدف را دارند.

خلاقیت در زمینه بازاریابی کاربرد بسیار زیادی دارد. متأسفانه اغلب برندها برای تولید محتوای خلاقانه دچار مشکل هستند. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌شود. فناوری واقعیت افزوده و تجربه موفق برخی از برندها در این راستا نمونه بسیار مطلوبی برای کسب و کارهای تازه‌کار در این حوزه محسوب می‌شود.

۶. رونمایی از بسته‌بندی دیجیتال محصولات

امروزه کدهای ساده QR مزیت‌های بسیار زیادی در حوزه بازاریابی دارد. بسیاری از برندها برای رونمایی از جلوه‌های ویژه و بصری مربوط به محصولات‌شان از این کدها در کنار فناوری واقعیت افزوده استفاده می‌کنند. بازاریاب‌ها جلوه‌های بصری بسیار جذابی در مورد بسته‌بندی محصولات در اختیار مشتریان قرار می‌دهند. بدون تردید طراحی واقعی بسته‌بندی‌های پیر از جزئیات هزینه بالایی برای برندها به همراه دارد بنابراین استفاده از این فناوری بهترین گزینه پیش روی کسب و کارها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از این فناوری می‌کنند بنابراین سایر کسب و کارها نیز باید در این زمینه سرعت عمل به خرج دهند.

استفاده از ایده‌های تازه و ترکیب آنها با فناوری واقعیت افزوده برای هر برندی مطلوب خواهد بود. بزرگترین اشتباه بازاریاب‌ها در این میان تلاش برای کپی‌برداری صرف از ایده‌های دیگر برندهاست. این امر اغلب اوقات با واکنش بسیار منفی مشتریان همراه می‌شود بنابراین باید ایده‌های تازه و کاربردشان در حوزه بازاریابی را بیش از هر زمان دیگری مدنظر قرار دهیم.

۷. تبدیل بازاریابی به نوعی بازی برای مشتریان

اغلب مردم بازی‌های دیجیتال را دوست دارند. امروزه صنعت گیم در سراسر دنیا سودآوری بالایی دارد. افزایش تمایل مشتریان برای مشاهده محتوای بازاریابی تعاملی امکان تبدیل کمپین‌ها به نوعی بازی را فراهم کرده است. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. دلیل فقدان جذابیت برخی از محتوای بازاریابی برای مخاطب هدف ناتوانی کاربران در زمینه تعامل با برندهاست. بازی‌های دیجیتال و رایانه‌ای بهترین فرصت برای ایجاد تعامل میان برند و مشتریان است.

استفاده از فناوری واقعیت افزوده امکان راه‌اندازی کمپین‌های بازی‌محور را فراهم کرده است. بر این اساس بازاریاب‌ها با تعیین مراحل مختلف و افزودن برخی نکات کنجکاوکننده به کمپین‌شان فرصت طلایی برای بازاریابی خواهند داشت. موزه‌های مشهور در سراسر دنیا بهترین استفاده از این فناوری را می‌کنند. واقعیت افزوده فرصت مناسبی در اختیار برندها برای تغییر در دنیای کسل‌کننده و روزمره مشتریان قرار داده است. بر این اساس کاربران با اسکن موقعیت‌های جغرافیایی مشخص امکان مشاهده برخی جلوه‌های گرافیکی در گوشی همراه‌شان را خواهند داشت. همچنین گاهی اوقات تخفیف‌های گسترده برندها نیز در قالب همین مراحل اعطا می‌شود. نکته اخیر در جلب همکاری و علاقه کاربران برای شرکت در کمپین‌های بازی‌محور نقش مهمی ایفا می‌کند.

امروزه دنیای بازاریابی دستخوش تغییرات بسیار زیادی شده است. این امر برای برندها به معنای ضرورت استفاده از فناوری‌های نوین است. اگر کسب و کارها به سرعت نسبت به سازگاری با شرایط تازه اقدام نکنند، به زودی دیگر فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهند داشت. نکات مورد بحث در این مقاله شروعی برای مخاطب هدف و همچنین کاربردی خواهد بود. واقعیت افزوده در طول سال‌های اخیر تغییر زیادی کرده است، با این حساب استفاده از آن به عنوان یکی از تکنیک‌های کاربردی بازاریابی دیجیتال دیگر یک گزینه لوکس نیست.

منبع: clickz.com

آیا در فضای کاری مسمومی فعالیت می‌کنید؟

آیا تا به حال مدیرانی داشته‌اید که خودشیفته‌اند؟ فقط به نیازهای خود فکر می‌کنند؟ گرم و سرد می‌شوند؟ سوءاستفاده می‌کنند؟ همیشه دیگران را مقصر می‌دانند؟ مسئولیت‌پذیر نیستند؟ در قبال این مدیران چه کار باید کرد؟

آیا می‌دانستید که از هر پنج مدیرعامل، یک نفر خودشیفته است؟ در واقع نوعی خودبینی و جامعه‌گریزی در بعضی‌ها وجود دارد و احتمالاً شما با یکی از این افراد روبه‌رو شده‌اید. آنها بسیار ویرانگرند و در کار تاثیر منفی زیادی دارند. چگونه متوجه شوید که با یک خودشیفته کار می‌کنید؟ آنها یکی از پیچیده‌ترین شخصیت‌هایی‌اند که ممکن است مشاهده کنید: «خودشیفتگان». مریام وبستر «خودشیفتگی» را «احساس جذابیت شدید، خودبزرگ‌بینی و نیاز به توجه و تحسین» تعریف می‌کند. خودشیفتگان نقاب به چهره دارند بنابراین به سادگی متوجه حضورشان نخواهید شد. پس لازم است قبل از اینکه روحیه و اعتبارتان را از بین ببرند، آنها را کشف کنید.

فقط به نیازهای خود فکر می‌کنند

آنها به مسائلی که برای همکاران یا زیردستان مهم است، اهمیتی نمی‌دهند و در مواجهه با آنها حالت تدافعی می‌گیرند، توجیه‌کننده هستند و عذرخواهی نمی‌کنند. به محض دریافت این الگوهای رفتاری، آن را یک نشانه بدانید، از طریق کانال‌های مختلف بررسی کنید و اگر متوجه شدید که به شرایط شما احترام نمی‌گذارند، ارتباط با آنها را به طور کامل قطع کنید.

نمی‌توانند شرایط سخت را تحمل کنند

در مواقعی که فشار کمی روی آنهاست ممکن است به خوبی عمل کنند، اما در مواقع بحرانی انتظار حمایت از جانب آنها را نداشته باشید. این مسئله باید زنگ هشدار اتفاقات بدی باشد که به هنگام بروز مشکلات رخ خواهد داد.

شما را دم‌مرگ خواهند کرد

هنگامی که نتیجه کار ناامیدکننده باشد، فرد خودشیفته مسئولیتی برعهده نمی‌گیرد و تلاش می‌کند تا عملکرد بد خود را توجیه کند یا تقصیر را گردن فرد دیگری (احتمالاً شما) بیندازد. برای خودشیفتگان آسان نیست که صداقت در گفتار داشته باشند، بدون قضاوت تنها شنونده باشند و مسئولیت آنچه را که ایجاد کرده‌اند، به عهده بگیرند. این طرز رفتار به هیچ عنوان یک رابطه کاری حساب‌شده و امن نیست.

گرم و سرد می‌شوند

خودشیفته‌ها تعادل شخصیتی و ثبات در گفتار ندارند. یک روز به شما می‌گویند که شگفت‌انگیز و هوشمند هستید (بخشی از افسون‌گول‌زننده آنها) و روز بعد رفتاری سرد، تخریبگر و متفاوت خواهند داشت.

سوءاستفاده‌کنندگان بزرگی هستند

فرد خودشیفته برای برآورده کردن نیازهای خود، با همکارانش روابط دوستانه خارج از محیط کاری برقرار می‌کند و تلاش خواهد کرد تا آنها را متقاعد کند که با او هم‌عقیده شوند، این مسئله ممکن است منجر به مشکلاتی شود و کل تیم را به خطر بیندازد. برای خنثی کردن حيله آنها می‌بایست در همه حال رفتار آنها را مشاهده و تحلیل ذهنی کنید اما آیا چنین چیزی ممکن است؟ اگر باشد که بی‌نظیر است!

دیگران را مقصر می‌دانند

هنگامی که نتایج کاری خوبی به دست نیاید، خودشیفتگان همکار و زیردستان خود را حتی به اشتباه و غیرعادلانه سرزنش می‌کنند. برای آنها هیچ وقت هیچ چیز کاملاً رضایت‌بخش نیست. به عنوان یک همکار ممکن است با سعی بیش از حد، منفی‌نگری آنها را بی‌اثر کنید، اما بعد از مدتی دچار خودسانسوری و وسواس فکری خواهید شد زیرا از بازخورد هراس دارید. در واقع از ترس باخت، بازی جدیدی را شروع نخواهید کرد.

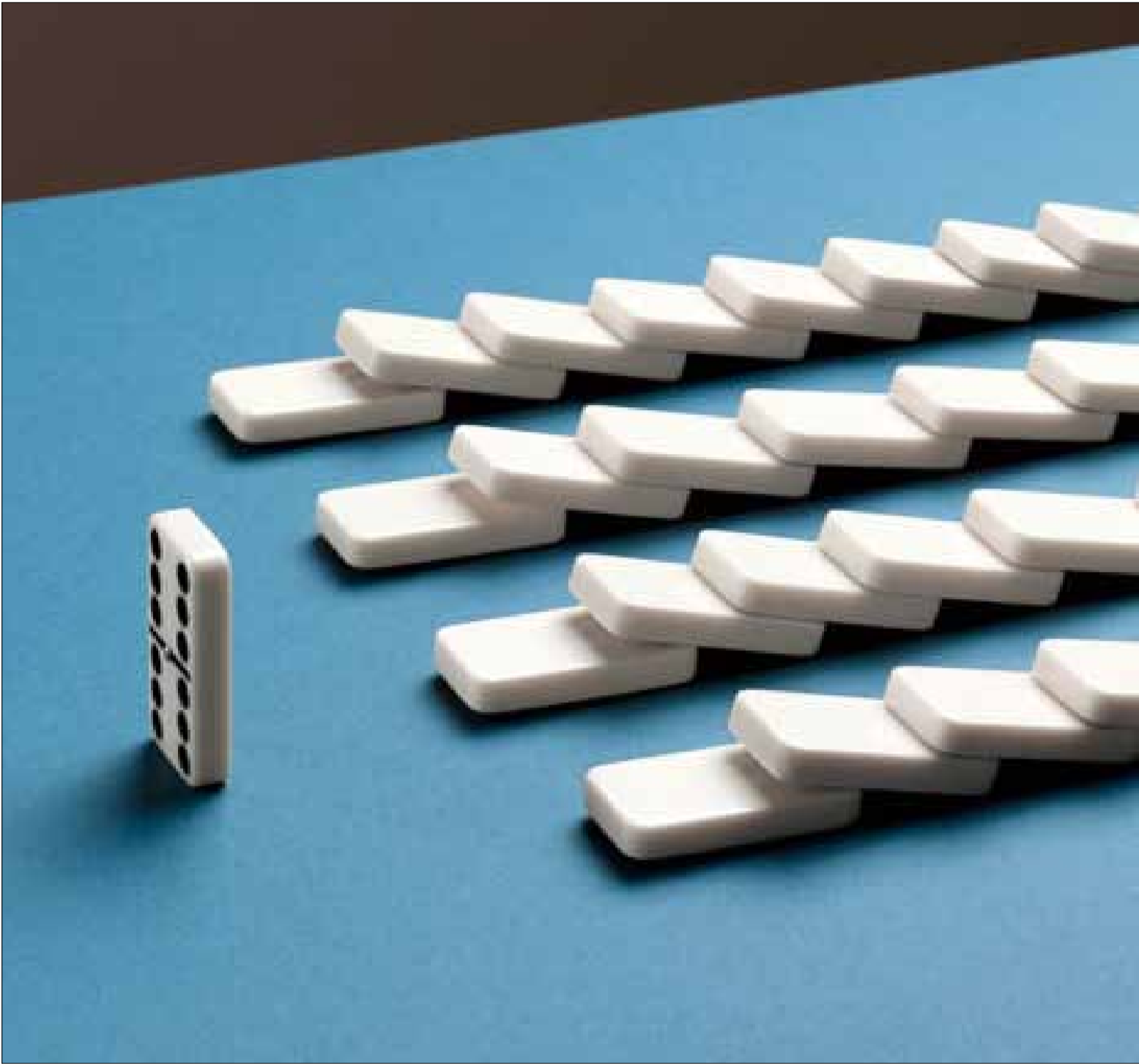
توصیه‌هایی برای برخورد با خودشیفته‌ها

هرگز مسئله را شخصی نکنید، به خود نگریید و خودتان را سرزنش نکنید. مشکل آنها هستند نه شما. هرچه زودتر تشخیص بدهید که با یک خودشیفته همکار هستید، به همان نسبت زودتر کنترل احساسات‌تان را به دست گرفته و راه‌تان را بسوا خواهید کرد بنابراین به خواسته‌های غیرمنطقی آنها توجهی نکنید. در نهایت، مطمئن شوید که رئیس‌تان می‌داند چه اتفاقی در حال رخ دادن است و پشت شما را خالی نمی‌کند. به عبارت دیگر، همه چیز را مستندسازی کنید تا اگر مدیریت منابع انسانی وارد عمل شد، در دفاع از خود، دست‌خالی ننمایید.

منبع: [inc/techrasa](#)



چرا رهبران موفق شکست می‌خورند؟



توانسته‌اید میان تمرکز بر روی کار و افسرد تعادل برقرار کنید. از آنها بخواهید نظرشان را به صورت کمیت بیان کنند: «از ۱۰۰ امتیاز، به تمرکز من روی وظایف در مقابل افراد را چند می‌دهید؟» همچنین می‌توانید بپرسید: «برای نشان دادن تمرکز بیشتر بر روی افراد چه کاری می‌توان انجام دهم که برای بقیه تیم ارزشمند باشد؟» اگر بابت اینکه شرکای‌تان با شما صریح باشند نگرانی دارید، یک شخص ثالث مانند مربی اجرایی می‌تواند این بازخورد را برای‌تان جمع‌آوری کند.

شناسایی راهکارهای مفید جهت تمرکز بر روی افراد

از بازخوردی که دریافت می‌کنید استفاده کنید تا یک سری اقدامات منظم را اجرایی کنید، مانند داشتن گفت‌وگوهای دوره‌ای توسعه شغلی به همراه گزارش‌های مستقیم، از بین بردن حواس‌پرتی در طول این گفت‌وگوها برای تمرکز روی شخص مقابل یا صرف قهوه با یک همکار برای شناخت همدیگر در خارج از فضای کار. لازم است این تلاش‌ها واقعی و عاری از هرگونه اجباری باشد، حتی اگر در ابتدا معذب بودید. برقراری ارتباط عمیق‌تر شخصی می‌تواند باعث شود دیگران احساس ارزشمندبودن کرده و حس تمام شدن و فرسودگی در آنها از بین برود.

نقش داشتن در نظارت و بازتاب خود

در زمان‌های حساس، زمانی که ناشکیبا و عجول هستید متوجه خود باشید. این فرصتی فراهم می‌آورد که نه تنها هوشیارتر بلکه از آن برای بهبود خودشناسی استفاده کنید. از خود سؤال‌های بازتابی بپرسید تا بتوانید به بینش و درکی که کنترل‌تان می‌کند برسید، سوالاتی مانند: «من سعی دارم از چه چیزی دوری کنم؟» یا «چرا از کندشدن می‌ترسم؟»

کم‌رنگ کردن باورهای محدودکننده‌تان

برای از بین بردن باورهای محدودکننده‌ای که رفتار شما را در دست گرفته‌اند، راهکارهای مثبت و مطمئنی را امتحان کنید. این راهکارها می‌توانند شامل گفت و گو با افرادی باشد که متعادل‌سازی میان تمرکز روی وظیفه و افراد را با موفقیت انجام داده‌اند باشد. اینکه ببینید چگونه این کار را انجام داده‌اند و چطور این تعادل منجر به موفقیت‌شان شده است.

تمرین مدیریت خود

بی‌شک افزایش میزان خودآگاهی، فرصتی برای مکث و انتخاب رویکردی متفاوت است. این ممکن است به این معنا باشد که در تعطیلات آخر هفته، در مورد پروژه بزرگ خود، تعداد زیادی ایمیل ارسال نکنید، یا کمی صبر قدرتان تلاش همکاران خود باشید و یا زمانی برای آموزش چیزهای جدید به اعضای تیم صرف کنید.

بی‌شک، تمرکز کاری و دستیابی به نتایج برای موفقیت رهبر، تیم یا سازمان ضروری است، اما بدون تعادل کافی با تمرکز بر روی افراد، موفقیت در هر مرحله محدود خواهد شد.

منبع: [HBR/techrasa](#)

جیمز یکی از مشتری‌های من که تغییر شغل داده بود، سهامدار یک موسسه بازرگانی حرفه‌ای جهانی بود. او نگرشی عمیق و نتایج قابل قبولی را به مشتریان خود عرضه می‌کرد، دارای مهارت‌های عمیق، گسترده و فراوانی بود و بسیاری آن را بی‌نظیر می‌دانستند با این حال خواسته‌های مفرط و انتظارات غیرواقعی که او به تیمش تحمیل می‌کرد، منجر به کاهش میزان تعاملات، از دست دادن کارکنان باارزش و در نهایت اخراج وی شد.

رهبران بزرگ، قادر به ایجاد تعادل میان تمرکز بر روی وظایف (انجام کارها) و تمرکز بر روی افراد (الهام بخشیدن، میدان دادن و تقویت دیگران) هستند. رهبرانی که تمرکزشان به انجام کار منعطف است، در دیدگاه خود تنها به نتیجه فکر می‌کنند تا اینکه دیدگاه وسیع‌تری را به کار گرفته و لزوم آرام رفتن به جای سریع‌تر رفتن را درک کنند. آنها کسانی هستند که تعادل میان تمرکز بر روی وظیفه و تمرکز بر روی افراد را هدایت کرده و همچنین برای رسیدن به نتایج محدود تلاش می‌کنند، اما نیازهای سازمانی گسترده‌تر را نیز در گوشه‌ای از ذهن دارند، همچنین می‌دانند که تنها کارا بودن کافی نیست، کارا شدن نیز از اهمیت خاصی برخوردار است.

در تحقیقات انجام شده توسط رابرت اندرسون و ویلیام آدامز که در جهت تالیف کتابشان، «میزان رهبری»، آنها مشخص کردند که اصل اولیه متمایزکننده رهبران کارا از دیگران، داشتن مهارت‌های فردی بالا است و از ۱۰ مورد از بزرگترین نقاط قوت آنان شش مورد مربوط به مهارت‌های فردی مانند گوش دادن، میدان دادن به دیگران و توانمندسازی اعضای تیم خود است.

رهبرانی که به صورت افراطی بر روی انجام کارها متمرکزند، غالباً به انجام واکنش‌های زیادی از حد متعادل می‌شوند، آنها همچنین سبب ایجاد فضا و موقعیت‌های دلهره‌آور خواهند شد و اغلب رفتارهای بسیار مدیرانه، کنترلگر و یا کمالگرا نشان می‌دهند که ممکن است باعث دور شدن دیگران و بی‌اعتمادی به اعضای تیم خود شوند.

سارا ترسی اساسی داشت: «اگر کنترل را از دست بدهم و دیگران را توانمند سازم، آنها اشتباه می‌کنند و دچار مشکل می‌شوم» در قضیه جیمز، این باور بود که: «اگر من این کار را به صورت جدی انجام ندهم موفق نخواهم شد.» در واقع محدودیت‌های ذهنی، این رهبران را در یک حلقه عذاب‌آور خواهد انداخت که همان تمرکز بالا بر روی وظیفه و تمرکز کم بر روی افراد است، طوری که آنها در مواردی که عملکرد خوبی دارند، همه چیز را دوچندان و اغراق‌آمیز انجام می‌دهند.

اگر احساس می‌کنید که ممکن است بیش از حد متمرکز بر وظیفه باشید، در اینجا چند پیشنهاد برای تنظیم مجدد اولویت‌های شما داریم:

باز خورد گرفتن

از سهامداران کلیدی بپرسید که به نظر آنها، شما تا چه حدی

آموزه برای رسیدن به سودمندی، تعادل بین انجام وظایف و ارتباطات انسانی برای مدیران امری مهم است و تعادل بین این دو مقوله باعث حفظ نیروی انسانی می‌شود. در این مقاله به بررسی لزوم این تعادل راهکارهایی نیز ارائه شده است.

با توجه به نیاز روزافزون سازمان‌ها به رهبران سطح میانی و ارشد، از اصلی‌ترین دلایل موفقیت هر رهبر توانایی اجرا و انجام دادن به دیگران و ابزار سبوی دیگر این قابلیت‌ها، گاهی ممکن است به سقوط یک رهبر منجر شده و هزینه‌های ناخواسته‌ای را برای فرد، تیم‌ها و نیز سازمان‌های‌شان به همراه داشته باشد.

نکته‌ای که سبب می‌شود یک رهبر در بالاترین سطح سودمندی و اجرایی خود قرار گیرد، توجه و تمرکز وی بر روی افراد تیم است. مسائلی مانند برقراری روابط، الهام‌بخشی به تیم، میدان دادن به دیگران و ابزار محبت و همدلی منجر به قرار گرفتن افراد در کنار یکدیگر می‌شوند. رهبران بسیار کارآمدی وجود دارند که اغلب توجه اندکی به افراد تیم دارند، زیرا تفکر بسته‌ای وجود دارد که تمرکز بر فعالیت‌های اعضای تیم، سبب کاهش سرعت عملکرد و کارایی آنها خواهد شد.

بدیهی است که تمرکز افراطی رهبران بر سودمندی و نتیجه‌دهی اعضای تیم (مطابق با سبک رهبری تنظیم سرعت در نتایج حاصله از «رهبری کلاسیک» دانیل گولمن) باعث می‌شود که این‌گونه رهبران در حالت کلی، اثربخشی کمتری داشته باشند و با مواردی مانند تاثیرگذاری منفی بر فضای سازمانی، فرسودگی شغلی و تحلیل روانی اعضای تیم روبه‌رو شوند. مطالعه‌ای که در سال ۲۰۱۷ توسط Future و Kronos Workplace انجام شده، نشان می‌دهد فرسودگی شغلی بزرگترین خطر برای میزان تعهد کارکنان مطرح شده است. در ۹۵ درصد موارد مدیران منابع انسانی را می‌توان به عنوان عامل کلیدی و بسیار موثری در دگرگونی و تغییر کارکنان عنوان کرد.

این مسئله همچنین می‌تواند برای رهبران گران تمام شود و در مواردی نتایجی مانند سلب امکان ارتقای شغلی یا حتی اخراج را بدون توجه به هزینه‌های زندگی شخصی و روابط آنها، به همراه داشته باشد.

به عنوان مثال سارا، معاون رئیس کل در یک شرکت سرمایه‌گذاری املاک تحت تعلیم من، عملکرد درخشانی داشت تا اینکه ارتقای شغلی و انتصاب وی به عنوان سهامدار شرکت به بن‌بست خورد. راندمان کاری بالایی او و تاثیرگذاری بی‌نظیرش در عقد قراردادهای، از جمله دلایل موفقیتش به شمار می‌رفت، اما سارا می‌بایست در ایجاد روحیه، همدلی و مشارکت در میان کارکنان جوان تلاش بیشتری از خود نشان می‌داد. او همچنین در برقراری روابط با دیگران که می‌توانستند از روحیه مشارکت و حمایت کنند سرمایه‌گذاری نکرده بود. در حالی که عقد معاملات عامل مهمی در تبدیل شدن به یک سهامدار بود، اما شرکت مذکور، با ارسال پیامی آشکارا اعلام کرد که این امر، تنها عامل مهم برای رسیدن به موفقیت نیست.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای گیلان:

حیاتی ترین مزیت صرفه جویی در مصرف، حفظ محیط زیست است

رشت - خبرنگار فرصت امروز: حفظ محیط زیست و جلوگیری از نابودی حیات، اساسی ترین، مهم ترین و ضروری ترین فایده مدیریت مصرف حامل های انرژی است. «بهمین داراب زاده» با اشاره به مزایای فراوان مدیریت مصرف انرژی برق شامل: جلوگیری از هدررفت سرمایه گذاری های سهمگین در بخش تولید، شبکه انتقال و فوق توزیع و توزیع، حفظ منابع ملی برای آیندگان، کمک به اقتصاد خانواده و اقتصاد ملی افزود، مهمترین حیاتی ترین مزیت مدیریت مصرف انرژی برق، جنبه زیست محیطی این قضیه است که در دنیای امروز بسیار مورد تاکید قرار گرفته است و سرمایه



گذاری های هنگفتی برای حفظ آن انجام شده است. وی ادامه داد: یکی از مهمترین اولویت های دنیای امروز کاهش آلاینده های زیست محیطی و حفظ محیط زیست به عنوان یک امانت برای ساکنان فعلی و آیندگان است. داراب زاده تصریح کرد: اهمیت و ضرورت مدیریت مصرف انرژی برق زمانی حساس تر می شود که بدانیم احداث هر کیلومتر خطوط انتقال و فوق توزیع به خصوص در استان های شمالی نیاز به سرمایه گذاری هنگفت دارد. و از جنبه زیست محیطی باز هم این امر حیاتی تر خواهد بود که بدانیم برای احداث خطوط فشار قوی برق رسانی، مناطق جنگلی در ارتباط با موضوع حریم خطوط دچار آسیب جدی می شوند و حتی در بعضی مواقع از بین خواهند رفت. وی افزود: برای اینکه پاسخگوی مصرف بیشتر انرژی برق باشیم باید برق بیشتری تولید کنیم. برای تولید برق بیشتر، باید از سوخت های فسیلی بیشتری استفاده کنیم که این امر موجب تولید دی اکسید کربن بیشتر و آلوده کردن بیشتر محیط زیست می شود. داراب زاده با اشاره به اینکه در بحث اصلاح الگوی مصرف انرژی تنها آموزش و فرهنگ سازی کافی نبوده و موفق نخواهد بود، گفت: برای اصلاح الگوی مصرف انرژی باید به تمامی جنبه های آن توجه داشت تا بتوانیم در این زمینه موفق شویم.

افتتاح و آغاز عملیات اجرایی ۷ پروژه آبرسانی استان بوشهر در دهه**مبارک فجر**

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: عبدالحمید حمزه پور در جمع خبرنگاران با اشاره به تسریع اجرای طرح های آبرسانی و شبکه فاضلاب در استان بوشهر اظهار داشت: در راستای حل مشکلات آبرسانی در نقاط شهری و روستایی طرح های مهمی اجرا شده است که نقش اثر گذاری در تحقق مطالبات مردم دارد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با اشاره به پیش رو بودن ایام الله دهه فجر و با تبریک چهل و دومین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی خاطر نشان کرد: در این ایام پربرکت برنامه های مهمی برای افتتاح و آغاز عملیات اجرایی در حوزه آب و فاضلاب طراحی شده است.



حمزه پور از افتتاح ۷ پروژه در حوزه آبرسانی و فاضلاب در شهرها و روستاها در ایام دهه فجر در استان بوشهر خبر داد و گفت: در مجموع در ایام الله دهه فجر ۷ پروژه آبرسانی و شبکه جمع آوری فاضلاب با سرمایه گذاری ۲۴۹ میلیارد ریال در استان بوشهر افتتاح و با عملیات اجرایی آن آغاز می شود. حمزه پور بیان کرد: در این راستا سیستم برق اضطراری تأسیسات آبرسانی شهید ماهینی بوشهر با اعتبار ۱۲ میلیارد ریال شامل ۲ دستگاه دیزل ژنراتور با توان ۱۵ مگاوات راه اندازی می شود که نقش مهمی در جلوگیری از وقفه در آبرسانی در هنگام بروز مشکلات دارد. وی، با اشاره به حفر و تجهیز ۲ حلقه چاه آب در شهرستان دشتی تصریح کرد: در ایام دهه فجر ۲ حلقه چاه آب در شهر کاسی شهرستان دشتی با اعتبار ۶۵ میلیارد ریال و یک حلقه چاه آب در روستای بهارستان جم با سرمایه گذاری ۴۵۰ میلیون ریال افتتاح و وارد مدار بهره برداری می شود که نقش مهمی در جبران کمبود مشکلات آبرسانی این منطقه دارد. حمزه پور، افتتاح طرح های تصفیه آب در روستاهای بهر حاج نوشاد و بابا مبارکی در شهرستان رام در دیگر طرح های دانست و گفت: در همین راستا طرح تصفیه آب روستای عربی شهرستان دشتی وارد مدار بهره برداری می شود که برای اجرای طرح های تصفیه آب در روستاهای یاد شده ۲۰ میلیارد ریال سرمایه گذاری شد. وی با اشاره به افتتاح ایستگاه پمپاژ فاضلاب مناطق شهاب و جلالی شهر بوشهر خاطر نشان کرد: این پروژه شامل راه اندازی تجهیزات مکانیکال و الکتریکال، برای انتقال فاضلاب مناطق شهاب و جلالی به ایستگاه پمپاژ مرکزی بوشهر و جلوگیری از آلودگی آب دریا است با اعتبار ۶۰ میلیارد ریال اجرا شده است.

مهدی فدوی سرپرست سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک شد

اراک - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اراک، طی حکمی از سوی مهندس شیعی شهردار اراک، مهدی فدوی به عنوان سرپرست سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک معرفی شد و از زحمات حمیدرضا قناتی در زمان تصدی این سازمان تقدیر و تشکر بعمل آمد. در متن این حکم آمده است، به موجب این ابلاغ و با توجه به تجارب ارزشمند جنابعالی با حفظ پست ثابت سازمانی، به عنوان سرپرست سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک منصوب می گردید امید است با استقامت از خداوند متعال و بهره گیری از تجربیات کسب شده و



روش های نوین مدیریتی، در انجام امور محوله و خدمت به شهر و شهروندان اراکی، همواره موفق و موید باشید. اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اراک به نیابت از مجموعه شهرداری، ضمن تبریک این انتصاب به جناب آقای مهدی فدوی و آرزوی موفقیت روز افزون برای ایشان در انجام امور محوله و خدمت به شهروندان، از زحمات جناب آقای حمیدرضا قناتی در زمان تصدی سازمان مدیریت پسماند شهرداری، تقدیر و تشکر می نماید.

۲۴ طرح در شهرک های صنعتی قزوین دهه فجر افتتاح و کلنگ زنی می شود

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین گفت: به مناسبت گرامیداشت دهه مبارک فجر ۲۴ طرح تولیدی و عمرانی در شهرک ها و نواحی صنعتی این استان افتتاح یا کلنگ زنی می شود. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین، «حمیدرضا خانیور» با اعلام این خبر اظهار داشت: از این تعداد طرح، ۶ پروژه صنعتی شامل واحدهای تولیدی و یک پروژه عمرانی شامل مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب شهرک صنعتی لیا مورد بهره برداری قرار خواهند گرفت. وی اظهار داشت: طرح های صنعتی که در ایام دهه مبارک فجر به



بهره برداری می رسند، شامل واحدهای تولید انواع پرز و دو شاخه برق، چاپ افسست، گازهای صنعتی، تجهیزات پزشکی (برانکار) و تخت های اتاق عمل) و جداساز فیلترت خاله هستند. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین اظهار داشت: با بهره برداری از این طرح های صنعتی که برای آنها ۴۵۹ میلیارد ریال از سوی بخش خصوصی سرمایه گذاری شده است، زمینه اشتغال مستقیم برای ۱۴۶ نفر فراهم می شود. خانیور یادآور شد: برای اجرای مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب شهرک صنعتی لیا نیز ۷۰ میلیارد ریال از اعتبارات داخلی شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین هزینه شده است. این مسوول گفت: در دهه مبارک فجر همچنین سه طرح عمرانی و ۱۴ طرح صنعتی در شهرک ها و نواحی صنعتی استان قزوین کلنگ زنی و عملیات احداث آنها آغاز می شود

معاون عمرانی و امور زیربنایی شهردار بندرعباس خبر داد:

تقاطع غیرهم سطح نایبند یک گام تا بهره برداری / اتمام فاز دوم بتن ریزی

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: معاون عمرانی و امور زیربنایی شهردار بندرعباس گفت: فاز دوم بتن ریزی تقاطع غیرهم سطح شهدای نایبند با استفاده از ۴۶۰ متر مکعب بتن به اجرا در آمده است. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس، حسین بازمندانگان در بازدید از این پروژه، اعلام کرد: فاز دوم بتن ریزی پروژه تقاطع غیرهم سطح شهدای نایبند به اجرا در آمده است. معاون شهردار بندرعباس با بیان اینکه این تقاطع غیرهم سطح تا پایان سال جاری به بهره برداری می رسد، خاطر نشان کرد: با اجرای فاز دوم بتن ریزی به حجم ۴۶۰ متر مکعب، این پروژه به مرحله



بهره برداری نزدیک شده است. این مسئول در ادامه با اظهار اینکه عرشه این پل ۱۶۵ متر طول دارد و تا یک ماه آینده بتن ریزی کل عرشه پل به پایان می رسد، تصریح کرد: تک مسیر پل در این تقاطع به طول ۲۵۰ متر و عرض ۹ متر است. بازمندانگان با اشاره به اینکه این تقاطع به عنوان هفتمین تقاطع غیرهم سطح شهر بندرعباس به بهره برداری می رسد، افزود: تقاطع غیر هم سطح شهدای نایبند بلوار پردیس را، به بلوار آزادگان و بلوار جمهوری اسلامی متصل می کند. وی با اشاره به اینکه این تقاطع به موازات بلوار امام خمینی (ره) و بلوار امام حسین (ع) قرار گرفته است، گفت: بخش عمده ای از ترافیک بلوار امام (ره) با راه اندازی این تقاطع کاهش می یابد و موجب روان سازی ترافیک می شود. بازمندانگان در پایان عنوان کرد: پس از اتمام بتن ریزی فاز سوم، آرماتوربندی بخش های نهایی شروع می شود و تا پایان سال جاری این پروژه به بهره برداری می رسد.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم:**طرح های فرهنگی فرزند آوری به دستگاه های اجرایی قم ابلاغ می شود**

ایشان بهره مند شویم. حجت الاسلام محمدحسن رحیمیان گفت: بر اساس آموزه های دینی اگر ما حجت خدا را به درستی نشناسیم، اصل دین را گم کرده ایم و هیچ چیزی از دین دریافت نکرده ایم. وی با بیان اینکه نظام اسلامی منتهای امام زمان (عج) هیچ است، اظهار داشت: همه مشروعبت نظام به حاکمیت اسلام و ولی فقیه به عنوان نائب امام زمان (عج) است و بدون آن تفلوتی با حکومت های طاقوتی ندارد. تولید مسجد مقدس جمکران با بیان اینکه امروزه متأسفانه جایگاه ولایت فقیه به عنوان نائب حضرت ولیعصر (عج) آنگونه که شایسته است در جامعه شناخته شده نیست، گفت: مسأله شناخت امام زمان (عج) به لحاظ تحکیم نظام اسلامی و تثبیت معارف دین از اهم واجبات است. وی در پایان تصریح کرد: همه دستگاه های اجرایی و نهادهای فرهنگی و دلسوزان نظام اسلامی باید از فرصت ارزشمند در سال آینده به خوبی بهره مند شده و برای افزایش معرفت نسبت به امام زمان (عج) به ویژه در نزد جوانان و زدودن غم غربت از ایشان تلاش و برنامه ریزی کنند. جلسه شورای فرهنگ عمومی استان قم شامگاه چهارشنبه هشتم بهمن ماه ۱۳۹۹ با حضور آیت الله سیدمحمد سعیدی تولید آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه (سلام الله علیها)، بهرام سرمست استاندار قم و جمعی از مدیران و رؤسای دستگاه های اجرایی در سالن شهید سیدمرتضی آوینی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی قم برگزار شد.



خوبی صورت پذیرد. حسینی کاشانی همچنین ضرورت بزرگداشت هر چه باشکوهرت ایام الله دهه فجر را مورد توجه قرار داد و گفت: با برنامه ریزی کارگروه های تخصصی در استان قم، حدود ۵۰ برنامه گوناگون در این ایام برگزار می شود که در این برنامه ها باید تبیین دستاوردها و برکات انقلاب اسلامی مورد توجه جدی قرار بگیرد.

سال ۱۴۰۰ سال معرفت و شناخت حضرت**ولیعصر (عج) باشد**

تولیت مسجد مقدس جمکران نیز در این جلسه گفت: با توجه به اینکه در سال آینده دو بار روز میلاد حضرت ولیعصر (عج) است، چه بهتر است که از این فرصت برای توجه خاص و شناخت هرچه بیشتر

مدیرعامل شرکت گاز گلستان:

۱۰ میلیارد تومان بابت مصرف گاز از ادارات استان گلستان طلبکار هستیم

متقاضی گاز هستند و امیدواریم سطح برخورداری تولیدات گیاهی، دام و صنایع تبدیلی از گاز طبیعی را به حداکثر برسانیم. محدودیت قیمتی، اصلاح ساختمان و اصلاح تجهیزات گازرسانی راهکارهای کاهش مصرف گاز است. مدیرعامل شرکت گاز گلستان با اشاره به اعتبارات امسال گفت: از مجموع بودجه ۱۸۵ میلیارد تومانی گاز استان طی ۹ ماه نخست ۶۳ درصد جذب شده است. طالبی افزود: ۱۰ میلیارد تومان بابت مصرف گاز از ادارات استان گلستان طلبکار هستیم که بخشی از آن تهاات خواهد شد. بدهی مشترکان خانگی متغیر است و بین ۴۰ تا ۵۰ میلیارد تومان از قبوض جاری و معوق است. وی هم چنین بیان داشت: ۱۵۳ واحد صنعتی در استان گلستان نیز گازرسانی نشده و برنامه داریم تا پایان سال به این تعداد اضافه شود. طالبی در خصوص حوادث خانگی مرتبط با گاز گفت: در سال گذشته ۸۰ حادثه رخ داد که ۱۳ نفر جان خود را از دست دادند. امسال هم ۴۸ حادثه رخ داده که منجر به فوت ۲۶ نفر شده است. خوشبختانه امسال در تأسیسات گازرسانی حادثه منجر به خسارت نداشتیم.



از نعمت گاز طبیعی برخوردار خواهند شد تا از ۹۷۷ روستای استان، ۹۵۰ روستا از گاز برخوردار شوند. وی ادامه داد: در حال حاضر ۹۰۱ روستای استان گاز دارند. ۱۲ روستا در دست اجرا و ۲۵ روستا در مرحله تنظیم و پیمان هستند. همچنین ۱۶ روستا زیر ۲۰ خانوار و ۱۴ روستا به دلیل موقعیت جغرافیایی قابلیت گازرسانی ندارند. وی یادآور شد: خطوط صنایع ما به شکل موبوگی

در مصاحبه با مدیرکل پست استان گیلان:

ارسال ۱۲ هزار مرسوله در یک هفته به استان اصفهان

رشت - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل پست استان گیلان از ارسال بیش از ۱۲ هزار مرسوله در یک هفته به استان اصفهان بعد از راه اندازی خط مستقیم مبادله پستی رشت به اصفهان خبر داد. مهدی فخرین سبحانی، مدیرکل پست استان گیلان از ارسال بیش از ۱۲ هزار مرسوله در یک هفته به استان اصفهان بعد از راه اندازی خط مستقیم مبادله پستی رشت به اصفهان خبر داد. به گزارش روابط عمومی پست استان گیلان، در مصاحبه با مهدی فخرین سبحانی، مدیرکل پست استان گیلان بعد از یک هفته از راه اندازی خط مستقیم

مبادله پستی رشت به اصفهان، مهدی فخرین سبحانی گفت: با توجه به افزایش بسته ها و امانت و تداوم روند افزایش مرسولات و به جهت تأمین رضایت بیشتر مشتریان خط مبادله پستی مستقیم رشت به اصفهان از اول بهمن ماه سال جاری در گیلان راه اندازی گردید. وی افزود: در این مدت یک هفته بالغ بر ۱۲ هزار مرسوله پستی و ۱۵۰۰ بسته امانت از رشت به اصفهان رهسپار گردیده و در این مدت بیش از ۵۰۰۰ مرسوله از استان اصفهان به گیلان وارد شده است. مهدی فخرین سبحانی در ادامه یادآور شد: خط رشت به اصفهان شامل

مدیر عامل شرکت توزیع برق مازندران:

۱۱۸ پروژه در حوزه توزیع برق مازندران در دهه فجر به بهره برداری می رسد

۳ پروژه در امور برق گلوگاه ۲ پروژه و در سوادکوه شمالی یک پروژه به بهره برداری می رسد. مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران خاطر نشان کرد: برای بهره برداری از این پروژه ها تعداد ۵۴ دستگاه پست هوایی با ظرفیت ۷ هزار و ۸۰۵ کیلوولت امپر نصب و ۴۵ کیلومتر شبکه فشار متوسط و حدود ۵۱ کیلومتر شبکه فشار ضعیف احداث شده است. وی طول خطوط فشار متوسط حوزه توزیع برق مازندران را ۱۲ هزار و ۵۰ کیلومتر و طول خطوط فشار ضعیف نیز ۱۷ هزار و ۲۸۵ کیلومتر عنوان و تصریح کرد: تعداد پستهای توزیع برق مازندران نیز ۲۴ هزار و ۵۷۰ دستگاه با ظرفیت ۴ هزار و ۳۳۳ مگا وات امپر میباشد



شمال ساری هر کدام ۴ پروژه، در امور برق قاتم شهر و نکا هر کدام

در ۱۰ ماهه سال جاری صورت پذیرفت

تولید بیش از ۷/۵ میلیون مگاوات ساعت انرژی برق در نیروگاه رامین اهواز

۲۸۸۱ ساعت و در ۱۰ ماهه سال را ۳۲ هزار و ۹۲۶ ساعت اعلام نمود. محمدی اظهار داشت: با توجه به لزوم آمادگی واحدهای این نیروگاه برای تولید حداکثری برق بویژه در فصل تابستان و بیک مصرف برق اقدام به اجرای پروژه تعمیرات اساسی واحد ۳۱۵ مگاواتی شماره ۶ و رفع محدودیت های فنی سایر واحدهای این نیروگاه نمودیم و امید است با تکیه بر لطف خداوند و همچنین دانش و تجربه ارزشمند همکاران خود بتوانیم با آمادگی مطلوبی به استقبال تابستان آتی برویم. لازم بذکر است نیروگاه اهواز با ۶ واحد تولیدی بزرگترین نیروگاه بخاری کشور است و نقش مهمی در تأمین آسایش مردم و پشتیبانی از برق شبکه کشور ایفا می کند.



نمود. ایشان همچنین ساعت کار کرد واحدهای تولیدی در دی ماه را

مدیر عامل شرکت گاز استان گلستان:

شعار بومی سازی و خودکفایی در شرکت گاز استان گلستان عینیت یافته است

سازی و خودکفایی در صنعت نفت و گاز را عینیت بخشیدیم. وی در ادامه سخنان خود به توسعه گازرسانی در سطح استان گلستان اشاره کرد و گفت: بیش از ۹۸ درصد جمعیت شهری و روستایی استان از گاز برخوردار هستند و در بخش صنایع بزرگ و صنایع تبدیلی کشاورزی و دامپروری نیز ضرب گامی فزاینده خوبی پیدا کرده و اکثر واحدهای صنعتی که می توانستند از تخفیف ها و یارانه های مصوب شورای اقتصاد بهره مند شوند از آن منتفع شده اند. به گفته مهندس

گران - خبرنگار فرصت امروز: بیست و پنجمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی محل تعامل عرضه کنندگان و تأمین کنندگان کالا و خدمت در حوزه صنعت نفت و گاز است. علی طالبی مدیر عامل شرکت گاز استان گلستان در حاشیه بیست و پنجمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی با بیان این مطلب اظهار کرد: تمامی اقلام، کالاها و تجهیزات تخصصی شرکت گاز استان گلستان حاصل تلاش و تولید صنعتگران ایرانی بوده و ما شعار بومی

گران - خبرنگار فرصت امروز: بیست و پنجمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی محل تعامل عرضه کنندگان و تأمین کنندگان کالا و خدمت در حوزه صنعت نفت و گاز است. علی طالبی مدیر عامل شرکت گاز استان گلستان در حاشیه بیست و پنجمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی با بیان این مطلب اظهار کرد: تمامی اقلام، کالاها و تجهیزات تخصصی شرکت گاز استان گلستان حاصل تلاش و تولید صنعتگران ایرانی بوده و ما شعار بومی

چگونه جلسات کاری اثربخشی داشته باشید؟



جلسه بعد موکول نکنید. برای شرکت کنندگان هیچ چیز خسته کننده تر از تکرار بحث‌های مشابه درباره موضوعات جلسات گذشته که پیشرفتی در آنها حاصل نشده، نیست.»

تصمیمات گرفته شده را در چند دقیقه همراه با موارد اجرایی، جدول زمانی و هر کسی که مسئول انجام آنها است ثبت کنید. به این ترتیب، همه افراد یک مرجع و سابقه مشترک دارند که باید به آن رجوع کنند. اطمینان حاصل کنید که برگزاری جلسه واقعاً ضروری است: اگر شما اطلاعاتی برای اشتراک گذاری دارید، ممکن است ارسال یک ایمیل یا یادداشت موثرتر از جمع کردن کارکنان در یک اتاق و برگزاری جلسه باشد. برگزاری جلسات را برای مواقعی ذخیره کنید که انتظار دارید کارکنان سؤالاتی بپرسند یا در مورد خبرهای خاص بحث کنند. همان‌گونه که فناوری برای بهینه‌سازی بهره‌وری مهم است، ایجاد تعادل مناسب بین برگزاری جلسات فیزیکی و مجازی هم مهم است. از شرکت کنندگان جلسه بازخورد بخواهید: اگرچه می‌توانید تمام روش‌های فوق را در جلسات خود اعمال کنید، اما هر تیم متفاوت است و اطلاعات، نیازها، علاقه‌مندی‌ها و دیگر ویژگی‌های خاص خود را دارد.

بعد از هر جلسه، از افراد بپرسید چه چیزی برای آنها در جلسه مفید و کاربردی بوده و چه چیزهایی باید بهتر از این باشد. این امر به شما کمک می‌کند جلسات خود را متناسب با نیازهای تیم خود تنظیم کنید و هر بار بهترین نتیجه را بگیرید.»

منبع: www.bdc.ca/modirinfo

انتخاب کنید که چه کسی را دعوت کنید: جلسات مختلف اهداف متفاوتی خواهد داشت و بنابراین به شرکت کنندگان مختلف احتیاج دارد. دعوت از همه افراد به همه جلسات سازنده نیست بنابراین مشخص کنید که حضور چه کسانی برای هدف شما لازم است و فقط آن افراد را دعوت کنید. تصمیمات و سایر اطلاعات را بعداً از طریق ایمیل به بقیه اعضای تیم منتقل کنید و آنها را مجبور به شرکت در یک جلسه غیرضروری نکنید. بر آماده بودن افراد برای جلسه تأکید کنید: اگر می‌خواهید شرکت کنندگان چیزی را ارائه دهند، نظرات خود را به اشتراک بگذارند یا در مورد موضوعی فعالانه بحث کنند، از قبل به آنها اطلاع دهید و به آنها بگویید که انتظار دارید آماده باشند. انتظارات خود را از شرکت کنندگان بیان کنید: به شرکت کنندگان اطلاع دهید که از آنها انتظار توجه کامل را دارید. این بدان معناست که در جلسات هیچ خبری از مکالمات جانبی، انجام کارهای غیرضروری و استفاده بی‌مورد از تلفن همراه نخواهد بود. در صورت خارج شدن از مسیر بحث جلسه، تیم را به آرامی اما قاطع به کار خود برگردانید و پروتکلی برای ارائه ایجاد کنید تا وقفه‌ها را به حداقل برسانید. مشارکت‌ها را پیگیری کنید تا مطمئن شوید همه فرصت صحبت دارند و فقط یک نفر نیست که بر جلسه تسلط دارد. تصمیمات گرفته شده را ثبت و بایگانی کنید: اگر هدف جلسه شما تصمیم‌گیری کردن است، اطمینان حاصل کنید که آن تصمیمات را در همان جلسه اخذ و نهایی کنید و هرگز آن را به

شما کمک می‌کند تا تصمیم بگیرید چه افرادی را دعوت کنید و چگونه ساختار آن جلسه را تشکیل دهید.

برای مثال اگر هدف جلسه شما تصمیم‌گیری است، اطمینان حاصل کنید که این تصمیمات در واقع قبل از اینکه هدف‌تان را به جلسه بعد موکول کنید در همان جلسه انجام شود.

یک دستور کار را تنظیم کنید و به اشتراک بگذارید: هنگامی که به هدف جلسه خود پی بردید، برنامه‌ای را تعیین کنید که برای دستیابی به آن هدف طراحی شده باشد. برنامه خود را متمرکز نگه دارید و توجه داشته باشید که فقط شامل مواردی باشد که مستقیماً مرتبط با هدف‌تان است. پیش از موعد جلسه، برنامه را با شرکت کنندگان در میان بگذارید تا بدانند چه انتظاری از آنها دارید و در این صورت می‌توانند آماده شوند.

زمان مناسبی را انتخاب کنید: اولین کاری که صبح روز شنبه انجام می‌شود، این است که کارکنان باید به ایمیل‌های دریافتی پاسخ دهند و سایر کارهای اداری که باید آنها را برای کل هفته برنامه‌ریزی کنند. در پایان روز چهارشنبه، آنها احتمالاً منتظر تعطیلات آخر هفته هستند بنابراین اگر می‌خواهید تمرکز بیشتری داشته باشید، در این دو روز جلسات را برنامه‌ریزی نکنید. اگر تیم شما از نظر برنامه زمانی دچار گوناگونی فراوان است، ممکن است مشکل بتوانید زمانی را پیدا کنید که برای همه مناسب باشد، با این حال سعی کنید جلسات را در ساعات کاری استاندارد برگزار کنید.

مترجم: اکرم دیانی

داشتن نظم و آمادگی در برگزاری جلسات کاری می‌تواند به مقدار قابل توجهی برای شما و تیم‌تان نتیجه‌بخش باشد.

اطمینان حاصل کنید که برگزاری جلسات‌تان ضروری است کارکنانی که پیش‌تر تجربه منفی از شرکت در جلسات دارند معمولاً عذری می‌آورند و در آن جلسه شرکت نمی‌کنند. احتمالاً در جلسات قبلی آنطور که انتظار می‌رفته است برای آنها مفید نبود و شاید از اینکه وقت خود را به آن اختصاص دادند پشیمان هستند. چنین مواردی منجر به یک روند بی‌نتیجه برای کل تیم می‌شود. خوشبختانه، روش‌های آسان و تایید شده‌ای وجود دارد که می‌تواند فرهنگ جلسات شما را تغییر دهد تا با نظم بهتری پیش برود و به وقت دیگران احترام گذاشته شود.

برای هر جلسه هدف مشخصی داشته باشید در جلسات داخلی کارکنان تمایل به جدیت بیشتری دارند. جلسات داخلی معمولاً یکی از سه هدف زیر را دنبال می‌کند:

الف. برقراری ارتباط: برای انتشار یا دریافت اطلاعات مهم برای تیم خاص.

ب. حل مسئله: به منظور ارائه راه حل‌هایی برای رفع یک چالش خاص.

ج. تصمیم‌گیری: برای پیشبرد کار با تصمیم‌گیری‌های کلیدی به صورت گروهی

صریح بودن در مورد هدف جلسه‌ای که می‌خواهید برگزار کنید به

موفقیت در کار آفرینی با توصیه‌های کاربردی

به قلم: میشل راسمن کارشناس کسب و کار و موسس برند مک فستک / ترجمه: علی آل علی

کار آفرینی یکی از گزینه‌های جذاب برای زندگی حرفه‌ای مردم محسوب می‌شود. بسیاری از افراد رویای کار آفرینی در سر دارند. مسئله مهم در این میان شکست بسیاری از مردم در مسیر تبدیل شدن به کار آفرینی موفق است. اگر در این میان به چشم‌اندازهای واقعی و توصیه‌های مهم برای حفظ و ارتقای موفقیت‌مان در دنیای کار آفرینی توجه نکنیم، به سرعت با مشکلات اساسی رو به رو خواهیم شد. درست به همین خاطر در مقاله کنونی قصد بررسی برخی از توصیه‌های مهم برای کار آفرینی مطمئن و همراه با موفقیت را داریم.

۱. شروع به کاری که دوست داریم

بسیاری از کارها در دنیا پولساز و ساده برای کسب موفقیت محسوب می‌شود. نکته مهم اینکه اغلب چنین شهرت‌هایی پوشالی و غیرواقعی است بنابراین در زمینه انتخاب حوزه فعالیت برای کار آفرینی باید به علاقه شخصی‌مان توجه نشان دهیم. اگر این امر مدنظر کار آفرینان تازه‌کار قرار نگیرد، امکان سسر در آوردن از حوزه‌ای بی‌ارتباط با سلیقه شخصی بالا خواهد رفت. کار آفرینان موفق همیشه به دنبال کارهای مورد علاقه‌شان بوده‌اند. عکس این قضیه برای کار آفرینان شکست‌خورده صدق دارد. وقتی افراد در حوزه‌ای بی‌ارتباط با سلیقه‌شان فعالیت می‌کنند، فرآیند موردنظر بیشتر از کار روزمره و خسته‌کننده نخواهد بود بنابراین باید به طور روزانه اقدام به روحیه‌بخشی به خودمان کنیم. شروع فرآیند کار آفرینی با حوزه‌های مورد علاقه همیشه امکان کار سخت و جدی را به همراه می‌آورد. بسیاری از کار آفرینان تازه‌کار در گام‌های نخست همیشه به صحبت‌ها و توصیه‌های دیگران توجه نشان می‌دهند بنابراین در نهایت از انتخاب حوزه‌ای مناسب و هماهنگ با سلیقه شخصی خود باز می‌مانند.

۲. برنامه‌ریزی اولیه

هیچ کاری بدون برنامه‌ریزی به سرانجام مشخصی نخواهد رسید. بسیاری از کار آفرینان در مراحل اولیه توسعه کسب و کار با شور و شوق بسیار زیادی کار می‌کنند، اما پس از مدت زمانی کوتاه دیگر حوصله حضور در محل کار را نیز ندارند. این امر مهمترین مشکل کار آفرینان تازه‌کار محسوب می‌شود. همیشه باید پیش از ورود به عرصه کسب و کار برنامه‌ای مشخص برای برندمان داشته باشیم. شاید فعالیت کار آفرینی مدنظر ما نیازی به استخدام نیروی کار نداشته باشد. امروزه بسیاری از استارت‌آپ‌ها به صورت یک نفره مدیریت می‌شوند. بنابراین ارزیابی شرایط و سپس انتخاب گزینه‌ای مناسب ضروری خواهد بود. متأسفانه بسیاری از برندها نسبت به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند. بنابراین همیشه با مشکلات متعدد در زمینه ادامه فرآیند کاری مواجه خواهند بود. بدون تردید برنامه‌ریزی در همان بازه‌های نخست شروع حرفه کار آفرینی بسیار دشوار خواهد بود. این امر برای بسیاری از برندها به منزله ناتوانی برای تاثیر گذاری بر روی وضعیت کسب و کار در ادامه مسیر خواهد بود. بهترین راهکار در این میان تلاش برای بهبود وضعیت کار آفرینی با توجه به برنامه‌های موفق دیگر است. معنای ضمنی این امر ضرورت ارزیابی برنامه‌ریزی‌های دیگر برندها، به ویژه برندهای بزرگ و معتبر، است. چنین امری برای کسب و کارها بهترین فرصت برای تاثیر گذاری را به همراه دارد.

۳. ارزیابی ریسک‌ها

بی‌تردید هر حوزه‌ای از فعالیت کار آفرینانه همراه با ریسک‌های مشخصی است. بسیاری از کار آفرینان بدون آگاهی از ریسک‌های پیش روی اقدام به فعالیت بازاریابی می‌کنند. شاید در نگاه نخست این اقدامات نوعی پذیرش ریسک اجتناب‌ناپذیر تلقی شود، اما در حقیقت ناشی از فقدان آگاهی دقیق کار آفرینان از شرایط کسب و کار است.

برندهای بزرگ و کار آفرینان موفق همیشه به دنبال کاهش ریسک‌های عرصه کسب و کار هستند. این امر برای شروع کسب و کار تازه نیز دارای اهمیت است. اگر برندها نسبت به این نکته توجه لازم را نشان ندهند، امکان ادامه کار برای آنها به شدت دشوار خواهد شد.

درس گرفتن از تجربه‌های ناموفق دیگر کار آفرینان باید بخشی از فعالیت کار آفرینان تازه‌کار را شکل دهد. بسیاری کار آفرینان در این مسیر توجه لازم را نشان نمی‌دهند. دلیل این امر اعتقاد گسترده به عدم رخ دادن مشکلات و تجربه‌های منفی دیگران برای خودشان است. نکته مهم اینکه رویدادهای ناگوار و تجربه‌های شکست در تمام شاخه‌های کسب و کار روی می‌دهد. همچنین اشتراکات میان اشتباهات کار آفرینان در کسب و کارهای مختلف زیاد است. بنابراین برندها و کار آفرینان باید از تجربه‌ای دیگران نهایت استفاده را ببرند. در غیر این صورت به طور مداوم با ناتوانی برای تاثیر گذاری بر روی بازار هدف مواجه خواهند شد.

۴. اهمیت ایجاد ارتباطات مناسب

عرصه کار آفرینی ارتباط نزدیک با توانایی افراد برای ایجاد ارتباطات مناسب دارد. کسب و کارها بدون ارتباط منطقی با یکدیگر امکان ادامه حضور در بازارهای مختلف را ندارند. امروزه کسب و کارهای بزرگ دارای پیوند نزدیکی با هم هستند. این امر به نوعی پیوند میان کسب و کارها را تقویت می‌کند. گاهی اوقات یک کار آفرین برای حضور در بازاری خاص باید به دنبال برندهای دارای ارتباط فروش با کسب و کارش باشد. این امر بدون آگاهی از شیوه‌های تعامل و ارتباط مناسب با دیگران غیرممکن به نظر می‌رسد بنابراین همیشه باید پیش از شروع کسب و کار نسبت به ایجاد ارتباط مناسب با شرک‌تها و دیگر کار آفرینان اقدام کرد. برخی از کار آفرینان فقط در صورت نیاز به دیگران به آنها توجه کرده و پیام می‌دهند. این امر احساس خوشایندی در میان دیگران ایجاد نخواهد کرد. بهترین راهکار در این میان تلاش برای هماهنگی و تعامل با دیگران حتی در زمان‌های غیرضروری است. این امر موجب سهولت در ارتباط با افراد مورد توجه برند در صورت نیاز خواهد شد. ریسک‌های بسیار زیادی در عرصه کسب و کار با ارتباط مناسب با دیگر شرک‌تها و کار آفرینان بدل به فرصت‌های طلایی می‌شود. مهمترین مسئله استقبال از تعامل باز با دیگران است.

۵. آزمون و خطا برای موفقیت

انتظار موفقیت در عرصه کار آفرینی از همان لحظه نخست بسیار دور از واقعیت است بنابراین کار آفرینان باید خود را با شرایط عرصه کار آفرینی انطباق دهند. در غیر این صورت به زودی با مشکلات متعددی رو به رو خواهند شد. یکی از مشکلات اصلی در زمینه کار آفرینی عدم انتظار کار آفرینان نسبت به مواجهه با شکست است بنابراین در مواجهه با شکست‌های مختلف به سرعت دچار نگرانی و ناتوانی برای ادامه مسیر می‌شوند. آزمون و خطا برای کسب موفقیت در عرصه کسب و کار امر تازه‌ای نیست. بسیاری از کار آفرینان پس از شکست‌های متعدد موفق به کسب جایگاه مطلوب در عرصه کسب و کار شده‌اند. این امر برای بسیاری از کار آفرینان دارای اهمیت است. اگر کسب و کارها توانایی مدیریت شکست‌ها و تبدیل‌شان به تجربه برای موفقیت را نداشته باشند، امکان توسعه در بلندمدت را از دست می‌دهند.

۶. تصویرسازی موفقیت

توصیه نهایی در این مقاله مربوط به تصویرسازی کار آفرینان از خودشان در موقعیت‌های همراه با موفقیت است. شاید این امر در نگاه نخست بیشتر شبیه توصیه مری‌های انگیزشی باشد، اما در عمل تاثیر مثبتی بر روی روحیه و تعهد کار آفرینان برای کار مناسب دارد بنابراین همیشه در طول مدت زمان فعالیت باید خودمان را در موقعیت‌های همراه با موفقیت تصویرسازی کنیم. این امر برای اغلب مردم کاری ساده و لذت‌بخش است. رویاپردازی همیشه هم بد نیست. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای نزدیک ساختن رویاهای مان در عرصه کسب و کار به واقعیت است. در غیر این صورت خبری از بهبود وضعیت کاری نخواهد بود. امروزه عرصه کسبب و کار برای بسیاری از کار آفرینان جذابیت دارد. بسیاری از افراد برای تبدیل شدن به کار آفرینان حرفه‌ای و موفق دست از کارهای اداری‌شان می‌کشند. در این میان استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای برای کار آفرین مناسب دارای اهمیت بالایی است بنابراین باید نسبت به کار بست توصیه‌های مورد بحث در این مقاله برای فعالیت بهتر در عرصه کار آفرینی اقدام نماییم.

منبع: smallbusinessbonfire.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه ۱۲ بهمن ۱۳۹۹ | شماره ۱۷۱۷ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان بهار شیراز، میدان بهار شیراز، پلاک ۱۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق



You can't tell by the sound.

Unoriginal spare parts enlarge your safety. And to distinguish it from the original needs expertise. Make sure the spare parts used in your car is original. Protect yourself and your loved ones.

Mercedes-Benz
4446244 www.mercedes-benz.com.tr

Mercedes-Benz

مسیر موفقیت

تحقیق جدید نشان می دهد که پول بیشتر واقعا باعث ایجاد حس خوشبختی می شود

مسکن و ضروریات زندگی نباشند، رفاه بیشتری را در زندگی تجربه خواهند کرد. افرادی که در زندگی امنیت مالی ندارند، بی‌شک نمی‌توانند به خوشبختی فکر کنند. وی تاکید می‌کند که پول همه چیز نیست و صرفا به دنبال ثروت رفتن، خوشبختی نمی‌آورد، اما بدون پول هم نمی‌توان خوشبخت زندگی کرد.

یکی از سوالاتی که مت کیلینگ ورس از مردم می‌پرسد این است که پول چقدر برای‌شان مهم است. او می‌گوید افرادی که در پاسخخ به این سوال می‌گویند پول برای‌شان اصلا مهم نیست، بی‌شک نباید به رفاه و خوشبختی خود زیاد امیدوار باشند، زیرا پول مهم است و نمی‌توان منکر این موضوع شد.

تنوع نگاه افراد به پول در زندگی اهمیت زیادی دارد و می‌تواند بسیار تعیین‌کننده باشد. کسی که درآمد زیادی ندارد و در عین حال می‌گوید پول برایش مهم نیست، دیر یا زود با مشکلات بی‌پولی دست و پنجه نرم می‌کند و با چنین طرز نگاهی، به مرور حداقل نسبی رفاه برای یک زندگی عادی و معمولی را هم از دست می‌دهد.

بی‌شک با درآمد بالاتر، می‌توان رفاه بیشتری را در زندگی تجربه کرد و به آرامش و امنیت بیشتری رسید. نکته مهم دیگری که مت کیلینگ ورس به آن اشاره می‌کند این است که اگر کسی نمی‌تواند درآمد خوبی داشته باشد و از پس زندگی خودش برنمی‌آید، باید به دنبال ریشه و دلایل آن باشد. چون اگر فردی در زندگی شخصی خود، موفق و کاربلد باشد، باید محصول این تخصص و حرفه‌ای بودن در زندگی‌اش به شکلی خود را نشان دهد و در ابتدایی‌ترین حالت، این فرد بی‌شک باید درآمد خوبی داشته باشد. به دنبال موفقیت‌های شخصی، موفقیت‌های مالی نیز از راه می‌رسند.

منبع: digiato

در این پروژه تحقیقاتی مت کیلینگ ورس از داوطلبان شرکت‌کننده در این پروژه سوالاتی را پرسیده است. مثلا از داوطلبان خواسته تصور کنند که در جریان زندگی روزمره برای‌شان مشکلی به وجود آمده است و بعد از آنها در مورد حسسی که در آن لحظه داشتند، احساسی که بعد از بروز مشکل برای‌شان به وجود آمده، چه کارهایی برای رفع مشکل انجام خواهند داد و ... سوال می‌کند.

وی همچنین سوالاتی در مورد درآمد و سطح مالی زندگی از داوطلبان می‌پرسد و از آنها می‌خواهد که بگویند چقدر حال‌شان خوب است. حال خوب، یکی از معیارهایی که است که می‌توان تشخیص داد شخص چقدر خوشبخت است. حال خوب تا حدی ذهنی است و ارتباطی به موقعیت مکانی و زمانی فرد ندارد، اما میزان رفاه مادی می‌تواند کمک کند تا فرد حال خوبی داشته باشد.

در مطالعات انجام شده در سال ۲۰۱۰، به صورت متوسط افرادی که در آمریکا درآمدی در حدود ۷۵ هزار دلار داشتند، احساس خوشبختی می‌کردند. با افزایش درآمد از این بیشتر، افراد رفاه بیشتری را تجربه کرده و احساس بهتری نسبت به زندگی داشتند.

مت کیلینگ ورس به حال خوب اهمیت زیادی می‌دهد و در تلاش برای درک این موضوع است که چه عواملی باعث می‌شود حال کسی خوب باشد. وی معتقد است وقتی سطح درآمد از یک رقمی بالاتر می‌رود، به صورت خودکار حال فرد بد نخواهد بود و رفاه بیشتری را در زندگی تجربه می‌کند. وی می‌گوید داده‌ها را از زندگی واقعی مردم جمع‌آوری کرده و نمونه‌هایی که در مطالعه وی شرکت کرده‌اند، از بین خود مردم بوده‌اند.

عضو هیأت علمی دانشگاه اقتصاد پنسیلوانیا می‌گوید وقتی سطح درآمد افراد در حدی باشد که نگران معاش،

نتایج تحقیقات جدید نشان می‌دهد که پول خوشبختی می‌آورد و افراد ثروتمند حس بهتری نسبت به زندگی دارند. در این تحقیق سقف مشخصی برای میزان تمول مالی مطرح نشده است.

بیش از ۱۰ سال قبل، برخی محققان اعلام کردند که پول می‌تواند خوشبختی بیاورد، اما آنها معتقد بودند که فردی با درآمد سالانه ۷۵ هزار دلار می‌تواند مایحتاج زندگی خوب را داشته باشد و برای تمول مالی آستانه ۷۵ هزار دلار را تعیین کردند.

مطالعات دیگری از سوی اقتصاددانان برنده جایزه نوبل انجام شد که تایید می‌کرد پول، شادی و خوشبختی را به زندگی می‌آورد و آنها نیز روی همین رقم ۷۵ هزار دلار تاکید داشتند. آنها معتقد بودند که کسب درآمد بیشتر از این رقم حس خوب بیشتری به زندگی اضافه نمی‌کند و همین رقم هم برای خوشبختی کافی است.

اما اکنون مطالعات جدید منتشرشده در آکادمی ملی علوم نشان می‌دهد که رقم ۷۵ هزار دلار درآمد رقم درستی نیست و با بیشتر شدن پول، احساس خوشبختی بیشتری می‌کنیم. نتایج مطالعه جدید در نشریه «آکادمی ملی علوم» منتشر شده است و در بخشی از این تحقیق گفته می‌شود که افراد ثروتمندی مانند «یلان ماسک» و «جف بزوس»، احتمالا خوشبخت‌تر از بقیه مردم جهان زندگی می‌کنند. این تحقیق جدید را «مت کیلینگ ورس»، عضو هیأت علمی دانشگاه اقتصاد پنسیلوانیا انجام داده است.

عضو هیأت علمی دانشگاه اقتصاد پنسیلوانیا، با بررسی وضعیت ۱.۷۲۵.۹۹۴ شهروند آمریکایی و ۳۳۳۹۱ فرد شاغل، در برنامه‌ای به نام «چقدر خوشبخت هستید؟» به نتایج جالبی دست یافت.